An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 2, Nomor 1, Februari 2026,

https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

Peran E-Commerce dalam Mendorong Perdagangan Internasional: Studi Kualitatif UMKM di Indonesia

Echi Evilia, Juli Aulia Putri, Cindy Syahwara Eras

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran e-commerce dalam mendorong perdagangan internasional pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Perkembangan teknologi digital telah memberikan peluang yang lebih luas bagi UMKM untuk menjangkau pasar global tanpa harus memiliki kehadiran fisik di negara tujuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus terhadap pelaku UMKM yang memanfaatkan platform e-commerce dalam kegiatan ekspor. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce berperan penting dalam memperluas akses pasar internasional, meningkatkan volume penjualan, memperkuat daya saing produk lokal, serta mempermudah proses transaksi lintas negara. Namun demikian, masih terdapat berbagai tantangan yang dihadapi UMKM, seperti keterbatasan literasi digital, regulasi ekspor, dan kendala logistik internasional. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan e-commerce secara optimal dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan partisipasi UMKM Indonesia dalam perdagangan internasional.

Kata Kunci: e-commerce, perdagangan internasional, UMKM, digitalisasi, ekspor

---

Abstract

This study aims to analyze the role of e-commerce in promoting international trade among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. The development of digital technology has provided broader opportunities for MSMEs to access global markets without physical presence in destination countries. This study employed a qualitative approach using a case study method involving MSME actors utilizing e-commerce platforms in export activities. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation. The findings reveal that e-commerce plays an important role in expanding international market access, increasing sales volume, strengthening product competitiveness, and facilitating cross-border transactions. However, MSMEs still face

challenges related to digital literacy, export regulations, and international logistics. The study concludes that optimal utilization of e-commerce can become an effective strategy to increase MSME participation in international trade.

Keywords: e-commerce, international trade, MSMEs, digitalization, export

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam aktivitas ekonomi global. Salah satu perubahan yang paling signifikan adalah munculnya e-commerce sebagai sarana perdagangan berbasis digital yang memungkinkan transaksi dilakukan tanpa batas geografis. Melalui e-commerce, pelaku usaha dapat menawarkan produk dan jasa kepada konsumen di berbagai negara dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan metode perdagangan konvensional. Perkembangan ini telah menciptakan peluang baru bagi perusahaan besar maupun pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk berpartisipasi dalam perdagangan internasional.

Di Indonesia, UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Sektor ini tidak hanya berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB), tetapi juga mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Namun demikian, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai hambatan dalam memasuki pasar internasional, seperti keterbatasan modal, akses informasi pasar, jaringan distribusi, dan kemampuan promosi produk. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian besar UMKM masih berorientasi pada pasar domestik meskipun memiliki potensi produk yang mampu bersaing di tingkat global.

Kehadiran e-commerce memberikan solusi terhadap berbagai hambatan tersebut. Melalui platform digital, UMKM dapat memasarkan produknya kepada konsumen internasional tanpa harus membuka kantor cabang atau membangun jaringan distribusi yang luas. Selain itu, berbagai fitur yang tersedia pada platform e-commerce memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan promosi, komunikasi dengan pelanggan, serta pengelolaan transaksi secara lebih efisien. Kemudahan ini menjadi faktor penting dalam meningkatkan peluang ekspor produk UMKM Indonesia.

Meskipun demikian, pemanfaatan e-commerce dalam perdagangan internasional masih menghadapi berbagai tantangan. Tidak semua pelaku UMKM memiliki kemampuan digital yang memadai untuk mengelola bisnis secara online. Selain itu, proses pengiriman internasional, regulasi ekspor,

keamanan transaksi, dan persaingan global menjadi tantangan yang harus dihadapi. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana e-commerce berperan dalam mendukung perdagangan internasional serta faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilannya.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji peran e-commerce dalam mendorong perdagangan internasional pada UMKM di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai manfaat, peluang, dan tantangan yang dihadapi UMKM dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana untuk memasuki pasar global. Hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah, pelaku usaha, dan pihak terkait dalam mengembangkan strategi digitalisasi UMKM yang berorientasi pada perdagangan internasional.

B. KAJIAN TEORI

E-Commerce

E-commerce merupakan aktivitas perdagangan yang dilakukan melalui jaringan internet dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai media transaksi. Konsep e-commerce mencakup berbagai kegiatan mulai dari promosi produk, pemesanan barang, pembayaran, hingga pelayanan pelanggan yang dilakukan secara elektronik. Kehadiran e-commerce telah mengubah pola perdagangan tradisional menjadi lebih cepat, efisien, dan fleksibel dalam menjangkau konsumen di berbagai wilayah.

Perkembangan e-commerce tidak hanya memberikan manfaat bagi perusahaan besar, tetapi juga membuka peluang yang luas bagi UMKM. Dengan adanya platform digital, pelaku usaha dapat memperkenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas tanpa memerlukan investasi besar untuk membangun toko fisik. Hal ini menjadikan e-commerce sebagai salah satu instrumen penting dalam meningkatkan daya saing usaha kecil di era globalisasi.

Selain memberikan kemudahan akses pasar, e-commerce juga mendukung efisiensi operasional perusahaan. Berbagai proses bisnis seperti pemasaran, manajemen inventaris, pelayanan pelanggan, dan pembayaran dapat dilakukan secara terintegrasi melalui sistem digital. Efisiensi tersebut dapat membantu UMKM dalam mengurangi biaya operasional dan meningkatkan produktivitas usaha.

Dalam konteks perdagangan internasional, e-commerce memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan konsumen dari berbagai negara. Melalui platform digital, UMKM dapat memperoleh informasi mengenai kebutuhan pasar internasional, tren produk, serta preferensi konsumen global. Informasi tersebut menjadi dasar penting dalam pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Dengan berbagai manfaat yang dimiliki, e-commerce menjadi salah satu faktor utama yang mendorong transformasi digital dalam dunia bisnis modern. Keberhasilan pemanfaatan e-commerce tidak hanya ditentukan oleh teknologi yang digunakan, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola platform digital secara efektif dan berkelanjutan.

Indikator E-Commerce

1. Kemudahan penggunaan platform.
2. Efektivitas promosi digital.
3. Keamanan transaksi.
4. Kemudahan pembayaran.
5. Jangkauan pasar.

Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional merupakan kegiatan pertukaran barang dan jasa antara penduduk suatu negara dengan negara lain yang dilakukan berdasarkan kesepakatan tertentu. Aktivitas ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan yang tidak dapat diproduksi secara efisien di dalam negeri sekaligus meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Teori perdagangan internasional menjelaskan bahwa setiap negara memiliki keunggulan komparatif yang berbeda-beda. Perbedaan sumber daya alam, tenaga kerja, teknologi, dan modal menyebabkan suatu negara lebih unggul dalam memproduksi barang tertentu dibandingkan negara lain. Oleh karena itu, perdagangan internasional menjadi sarana untuk memperoleh manfaat ekonomi melalui spesialisasi produksi.

Perdagangan internasional memiliki peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Melalui ekspor, negara memperoleh devisa yang dapat digunakan untuk membiayai pembangunan ekonomi. Sementara itu, impor memungkinkan masyarakat memperoleh barang dan teknologi yang belum tersedia di dalam negeri.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola perdagangan internasional secara signifikan. Jika sebelumnya perdagangan lintas

negara membutuhkan biaya dan prosedur yang kompleks, saat ini transaksi dapat dilakukan secara lebih mudah melalui platform digital. Kondisi ini memberikan peluang baru bagi pelaku usaha kecil untuk memasuki pasar global.

Dalam era ekonomi digital, perdagangan internasional tidak lagi didominasi oleh perusahaan besar. UMKM juga memiliki kesempatan yang sama untuk menjangkau konsumen internasional melalui pemanfaatan teknologi informasi dan platform e-commerce. Oleh karena itu, hubungan antara perdagangan internasional dan digitalisasi menjadi semakin erat dalam mendukung pertumbuhan ekonomi global.

Indikator Perdagangan Internasional

1. Volume ekspor.
2. Akses pasar global.
3. Jumlah negara tujuan.
4. Pertumbuhan penjualan internasional.
5. Daya saing produk.

UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha produktif yang dimiliki oleh individu maupun badan usaha dengan skala tertentu sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. UMKM menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia karena jumlahnya yang sangat besar dan tersebar di berbagai sektor ekonomi.

Peran UMKM dalam pembangunan ekonomi sangat penting karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mengurangi tingkat kemiskinan. Selain itu, UMKM juga berkontribusi terhadap peningkatan produksi nasional dan pemerataan pembangunan ekonomi di berbagai daerah.

Meskipun memiliki peran yang strategis, UMKM sering menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan usaha. Keterbatasan modal, teknologi, akses pasar, serta kemampuan manajerial menjadi faktor yang dapat menghambat pertumbuhan UMKM. Oleh karena itu, diperlukan berbagai inovasi untuk meningkatkan daya saing sektor ini.

Digitalisasi menjadi salah satu solusi yang dapat membantu UMKM menghadapi tantangan tersebut. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. E-

commerce menjadi salah satu bentuk digitalisasi yang paling banyak digunakan oleh UMKM saat ini.

Keberhasilan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing produk lokal di pasar global. Dengan dukungan teknologi yang tepat, UMKM dapat menjadi salah satu aktor penting dalam perdagangan internasional Indonesia.

Indikator UMKM

1. Kemampuan produksi.
2. Pemanfaatan teknologi.
3. Akses pasar.
4. Inovasi produk.
5. Daya saing usaha.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Lokasi penelitian dilakukan pada beberapa UMKM di Indonesia yang telah memanfaatkan platform e-commerce dalam aktivitas pemasaran dan penjualan produk ke pasar internasional. Informan penelitian terdiri atas pemilik UMKM, pengelola platform digital, dan pihak yang terlibat dalam kegiatan ekspor. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai peran e-commerce dalam mendorong perdagangan internasional UMKM Indonesia.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Temuan Penelitian

Aspek	Persentase
Perluasan Pasar	88%
Peningkatan Penjualan	84%

Aspek	Persentase
Kemudahan Transaksi	90%
Efisiensi Promosi	86%
Akses Konsumen Global	92%

Penjelasan Tabel 1

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas informan menyatakan bahwa e-commerce memberikan manfaat yang sangat besar dalam memperluas akses pasar internasional. Sebanyak 92% responden mengungkapkan bahwa platform digital membantu mereka menjangkau konsumen dari berbagai negara tanpa harus memiliki toko fisik di luar negeri. Selain itu, 90% responden menyatakan bahwa transaksi menjadi lebih mudah karena adanya sistem pembayaran dan komunikasi yang terintegrasi. Tingginya persentase pada seluruh indikator menunjukkan bahwa e-commerce telah menjadi sarana yang efektif dalam mendukung aktivitas perdagangan internasional UMKM Indonesia serta meningkatkan kemampuan usaha untuk bersaing di pasar global.

Hasil Wawancara

Tabel 2. Ringkasan Temuan Wawancara

Temuan	Frekuensi
Peningkatan Ekspor	12
Peningkatan Pelanggan	15
Kendala Logistik	10
Kendala Regulasi	8
Kendala Literasi Digital	9

Penjelasan Tabel 2

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar informan merasakan peningkatan jumlah pelanggan dan penjualan setelah menggunakan platform e-commerce. Sebanyak 15 informan menyatakan bahwa pelanggan mereka berasal dari berbagai negara yang sebelumnya sulit dijangkau melalui metode pemasaran konvensional. Namun demikian, masih terdapat sejumlah kendala yang dihadapi UMKM, terutama dalam aspek logistik internasional, regulasi ekspor, dan kemampuan digital. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun e-commerce memberikan peluang yang besar bagi pengembangan usaha, keberhasilan pemanfaatannya tetap memerlukan dukungan infrastruktur, pelatihan, serta

kebijakan pemerintah yang mendukung kegiatan perdagangan internasional berbasis digital.

Analisis Tematik

Tabel 3. Tema Utama Penelitian

Tema	Kategori
Digitalisasi UMKM	Positif
Akses Pasar Global	Positif
Efisiensi Operasional	Positif
Hambatan Ekspor	Negatif
Literasi Digital	Negatif

Penjelasan Tabel 3

Analisis tematik menunjukkan bahwa digitalisasi menjadi tema dominan yang muncul dalam penelitian ini. Sebagian besar informan menilai bahwa penggunaan e-commerce memberikan dampak positif terhadap pengembangan usaha mereka, terutama dalam hal perluasan pasar dan peningkatan efisiensi operasional. Namun demikian, masih terdapat tema negatif yang berkaitan dengan hambatan ekspor dan rendahnya literasi digital pada sebagian pelaku UMKM. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital belum sepenuhnya merata di seluruh sektor UMKM. Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan yang berkelanjutan agar pelaku usaha mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk mendukung perdagangan internasional.

Pembahasan

E-commerce telah menjadi salah satu inovasi yang memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan perdagangan internasional. Melalui platform digital, UMKM dapat menjangkau konsumen di berbagai negara tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar untuk membangun jaringan distribusi konvensional. Kemudahan akses ini memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan peluang ekspor. Selain itu, penggunaan teknologi digital membantu UMKM dalam mempromosikan produk secara lebih efektif dan efisien sehingga mampu meningkatkan daya saing produk lokal di pasar internasional yang semakin kompetitif.

Pemanfaatan e-commerce juga memberikan keuntungan dalam aspek efisiensi operasional. Berbagai proses bisnis seperti pemasaran, pemesanan, pembayaran, dan pelayanan pelanggan dapat dilakukan secara terintegrasi melalui satu platform digital. Efisiensi tersebut memungkinkan pelaku UMKM untuk mengurangi biaya operasional sekaligus meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Dengan biaya yang lebih rendah dan jangkauan pasar yang lebih luas, UMKM memiliki peluang yang lebih besar untuk berkembang dan meningkatkan kontribusinya terhadap perdagangan internasional Indonesia.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa e-commerce mampu meningkatkan jumlah pelanggan internasional yang dimiliki oleh UMKM. Sebelum menggunakan platform digital, sebagian besar pelaku usaha hanya melayani pasar domestik. Namun setelah memanfaatkan e-commerce, mereka mulai menerima pesanan dari berbagai negara. Kondisi ini membuktikan bahwa digitalisasi telah membuka akses yang lebih luas terhadap pasar global dan memberikan kesempatan bagi UMKM untuk bersaing dengan perusahaan yang memiliki skala usaha lebih besar.

Meskipun memberikan banyak manfaat, penggunaan e-commerce dalam perdagangan internasional masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu kendala utama adalah masalah logistik internasional yang sering kali menyebabkan biaya pengiriman menjadi tinggi. Selain itu, prosedur ekspor yang cukup kompleks juga menjadi hambatan bagi sebagian pelaku UMKM yang belum memiliki pengalaman dalam perdagangan lintas negara. Tantangan ini menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada dukungan sistem perdagangan yang lebih efektif.

Faktor literasi digital juga menjadi aspek penting yang menentukan keberhasilan pemanfaatan e-commerce. Tidak semua pelaku UMKM memiliki kemampuan yang memadai dalam mengelola platform digital, melakukan pemasaran online, maupun memahami perilaku konsumen global. Kurangnya keterampilan digital dapat mengurangi efektivitas penggunaan e-commerce dan membatasi peluang ekspansi usaha ke pasar internasional. Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan menjadi langkah penting untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce memiliki peran yang sangat strategis dalam mendorong perdagangan internasional UMKM di Indonesia. Platform digital mampu memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi usaha, serta memperkuat daya saing produk lokal di pasar global. Namun demikian, optimalisasi manfaat e-commerce memerlukan dukungan berbagai pihak, termasuk pemerintah, penyedia platform digital, lembaga keuangan, dan pelaku usaha itu sendiri

agar transformasi digital dapat memberikan dampak yang lebih luas bagi perekonomian nasional.

E. KESIMPULAN

E-commerce memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong perdagangan internasional UMKM di Indonesia. Pemanfaatan platform digital mampu memperluas akses pasar global, meningkatkan volume penjualan, memperkuat daya saing produk, dan mempermudah transaksi lintas negara. Meskipun demikian, masih terdapat berbagai tantangan seperti kendala logistik, regulasi ekspor, dan rendahnya literasi digital yang perlu mendapatkan perhatian.

F. SARAN

Pemerintah perlu meningkatkan program digitalisasi UMKM melalui pelatihan, pendampingan, dan penyediaan infrastruktur digital yang memadai. Selain itu, diperlukan penyederhanaan prosedur ekspor dan peningkatan kualitas layanan logistik internasional agar UMKM dapat memanfaatkan e-commerce secara lebih optimal dalam perdagangan internasional.

G. DAFTAR PUSTAKA

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2023). *E-Commerce: Business, Technology, Society*. New York: Pearson.

Kotler, P., Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*. Pearson Education.

Salvatore, D. (2021). *International Economics*. Wiley.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2025). *Laporan Perkembangan UMKM Indonesia*.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2025). *Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia*.

World Bank. (2025). *Digital Economy for Development Report*.

UNCTAD. (2025). *E-Commerce and Digital Economy Report*.