Jurnal Teknologi dan Manajemen Sistem Industri
Volume 3, Nomor 1, 2024
e-ISSN : 2964-8122
DOI: 10.56071/jtmsi.v3i1.843

ANALISIS PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PEDAGANG KONVESIONAL INDUSTRI MEBEL DI KOTA PASURUAN

Arifatur Rosyidah
Nama Affiliasi Satu, Negara
Email: emailpenulis1@gmail.com

Yuniar Rahman
Nama Affiliasi Dua, Negara
Email: emailpenulis2@gmail.com

Eprilia Putri Maulidyah Rahman*
Nama Affiliasi Tiga, Negara
Email: emailpenulis2@gmail.com

Enik Sulistyowati
Nama Affiliasi Empat, Negara
Email: emailpenulis3@gmail.com

Article Info

Article history:
Received: February 05, 2024
Accepted: March 24, 2024
Published: March 27, 2024

Page: 19-26

Keyword:
e_commerce, conventional_traders, furniture_industry

***Corresponding Author**
Eprilia Putri Maulidyah Rahman

Abstract

Pasuruan City has experienced a 10.2% increase in the number of industries, with the furniture industry serving as a key driver of the local economy. The furniture sector in Pasuruan is highly developed, with production that has penetrated international markets. However, the rise of E-Commerce has rapidly transformed traditional business practices, significantly impacting conventional furniture traders in the city. This research aims to examine how E-Commerce affects these traditional traders. Using a quantitative approach, the study sampled 30 furniture business owners selected through non-probability sampling. Data was collected via a Google Form questionnaire and processed using Excel software. The findings indicate a strong and significant correlation between E-Commerce and the traditional furniture industry, showing that E-Commerce has a positive influence and offers substantial benefits to conventional furniture traders in Pasuruan City.

Kota Pasuruan telah mengalami peningkatan jumlah industri sebesar 10,2%, dengan industri furnitur sebagai penggerak utama perekonomian lokal. Sektor furnitur di Pasuruan sangat berkembang, dengan produksi yang telah menembus pasar internasional. Namun, munculnya E-Commerce dengan cepat mengubah praktik bisnis tradisional, yang secara signifikan mempengaruhi pedagang furnitur konvensional di kota ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana E-Commerce mempengaruhi pedagang tradisional tersebut. Menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini mengambil sampel 30 pemilik usaha furnitur yang dipilih melalui metode non-probability sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner Google Form dan diproses menggunakan perangkat lunak Excel. Hasil penelitian

menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan signifikan antara E-Commerce dan industri furnitur tradisional, yang menunjukkan bahwa E-Commerce memiliki pengaruh positif dan memberikan manfaat yang signifikan bagi pedagang furnitur konvensional di Kota Pasuruan.

Copyright *© 2024 The authors. JTMSI is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License*

Pendahuluan

Di era globalisasi, perdagangan berkembang cukup dinamis karena Beberapa faktor strategis mendukung, termasuk kemajuan teknologi. Karena berkat tersedianya teknologi IT yang canggih dan didukung Kehadiran Internet yang cepat dan meluas mengubah perdagangan menjadi lebih efektif, sederhana dan efisien[1]. Transaksi jual beli pada saat ini sangat mudah karena dapat dilakukan melalui jaringan internet tanpa harus datang seperti pasar konvensional, tentu saja hal ini memberikan keuntungan khusus bagi pelaku yang menggunakan E- Commerce[2]. E-Commerce kini telah menjadi salah satu alternatif jual beli produk komersial di Indonesia. Bukan berarti mereka yang mempunyai modal besar saja yang bisa mengaksesnya, tetapi siapapun bisa menggunakan E-Commerce untuk memulai bisnis jual mapun beli. Hal ini tentu akan berdampak bagi pedagang konvensional salah satunya dalam sektor industri meubel. Informasi dari data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Pasuruan, total industri mebel di Kota Pasuruan pada tahun 2023 adalah sebanyak 1.291 unit. Jumlah ini meningkat sebesar 10,2% dibandingkan tahun sebelumnya yang berjumlah 1.170 unit. Di kota Pasuruan industri mebel terkenal dengan bahan, kualitas dan hasil yang bagus. Sehingga menjadi salah satu rujukan untuk furniture.tetapi Sebagian masih melakukan penjualan secara konvensional.

Saluran penjualan yang masih konvensional melalui kontak Pemasaran atau langsung ke manajemen tampaknya memakan waktu dan tenaga. karena teknologi E-Commerce tidak digunakan untuk mendukung proses operasional terutama saat memproses transaksi kecil[3]. Perbedaan saat berbelanja di E-Cmmerce dan pedagang konvensional besar kemungkinan muncul perbedaan lebih dari sekedar harga, tetapi juga biaya-biaya yang timbul dalam proses transaksi pembelian barang tersebut[4]. Hasil penjualan melalui E-Commerce juga dapat meraih penjualan lebih tinggi jika dibandingkan dengan penjualan tanpa menggunakan E-Commerce[5]. Dalam pengamatan penjualan mebel di kota Pasuruan sangat turun drastis dari sebelumnya, banyak pedagang meubel mengeluh karena sepinnya pembeli. Bahkan pelanggan dari luar kota sudah jarang mengambil barang di kota Pasuruan. Padahal dulu kota Pasuruan terkenal akan industri mebelnya yang menembus pasar nasional bahkan sampai kepasar internasional. Tidak sedikit pedagang menuduh adanya pedagangan online membuat para konsumen membeli barang lewat E-Commerce. Oleh karena itu, analisis ini kita angkat untuk mengetahui bagaimana E-Commerce berpengaruh terhadap penjual konvensional industri Mebel di kota Pasuruan.

Penggunaan E-Commerce di bidang industri mebel kota Pasuruan masih belum merata. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman, dorongan dan dukungan bagi para pedagang konvensional. Penelitian ini penting dilakukan karena persaingan antara E-Commerce dan pedagang konvensional semakin meningkat. Untuk mengetahui dampak persaingan tersebut terhadap pelaku usaha. Dengan mengetahui dampak tersebut, maka dapat dilakukan upaya untuk meningkatkan dampak positifdan menurunkan dampak negatif dari persaingan tersebut. tujuan penelitian dilakukan adalah untuk mengkaji persaingan antara E-Commerce dan pedagang konvensional dalam penjualan produk

mebel.

E-Commerce

E-Commerce merupakan bagian hasil dari perkembangan teknologi yang banyak digunakan untuk perdagangan dan sarana yang memberikan kemudahan kepada konsumen dan penjual dalam menukar informasi harga atau melakukan transaksi melalui Internet[4]. Beberapa penelitian sebelumnya telah memberikan pernyataan bahwa penggunaan *E-Commerce* berpengaruh terhadap penjualan seperti penjualan pada industri konveksi yang memproduksi pakaian jadi di provinsi Bali[5]. Penjualan dengan menggunakan *E-Commerce* melibatkan beberapa proses antara lain, penawaran produk, pembelian, pembayaran, dan pengiriman barang yang dilakukan secara online. Selain semua itu, *E-Commerce* bisa juga dikatakan merupakan cakupan kegiatan pemasaran online, layanan pelanggan secara online, bahkan bisa disebut juga manajemen rantai pasok digital.

Pedagang konvensional

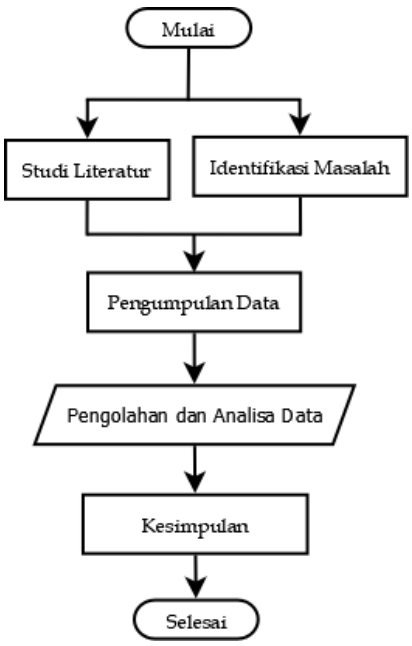
Dalam perdagangan konvensional, pembeli dan penjual berinteraksi secara langsung untuk melakukan transaksi. Proses pembelian tradisional melibatkan beberapa tahapan, dimulai dengan pembeli mencari barang yang diinginkan. Setelah itu, pembeli akan berinteraksi dengan penjual untuk melakukan negosiasi harga dan menyepakati pembelian barang tersebut. Tahapan terakhir adalah penerimaan barang oleh pembeli yang telah disepakati sebelumnya. Proses ini mencakup komunikasi langsung, yang memungkinkan pembeli untuk memastikan kualitas barang secara langsung dan mendiskusikan harga secara terbuka. Dengan demikian, perdagangan konvensional menekankan pentingnya hubungan tatap muka antara pembeli dan penjual, yang memberikan kesempatan untuk negosiasi lebih fleksibel dan interaksi personal yang lebih erat. Praktik ini telah menjadi model perdagangan yang umum dilakukan sebelum munculnya sistem perdagangan berbasis teknologi, seperti E-Commerce yang kini semakin berkembang pesat dan menawarkan kemudahan transaksi tanpa pertemuan fisik antara pembeli dan penjual[6].

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif, di mana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pemilik industri mebel di Kota Pasuruan. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana E-Commerce mempengaruhi pedagang konvensional di industri mebel di kota tersebut. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh industri mebel di Kota Pasuruan, yang pada tahun 2023 tercatat sebanyak 1.291 unit. Sedangkan sampel yang diambil berjumlah 30 orang yang menggunakan E-Commerce, dengan kriteria responden berusia di bawah 60 tahun, sesuai dengan karakteristik populasi yang diteliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengumpulan data primer, yang diperoleh langsung dari kuesioner yang disebarkan melalui Google Form. Dalam kuesioner tersebut, tujuan penelitian dijelaskan secara singkat, serta instruksi mengenai cara pengisian. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert, dengan pilihan jawaban mulai dari "sangat setuju" hingga "sangat tidak setuju." Setelah data terkumpul, analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak Excel untuk menghitung dan menginterpretasikan hasil. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai dampak E-Commerce terhadap pedagang

konvensional di sektor industri mebel di Kota Pasuruan. Gambar 1 menunjukkan *flowchart* penelitian yang digunakan dalam studi ini, menggambarkan tahapan-tahapan yang dilakukan dalam proses penelitian.



Gambar 1. Flowchart Penelitian
Sumber: Data Peneliti

Hasil dan Pembahasan

1. Rekapitulasi Hasil Kuisioner

Hasil penelitian ini disajikan berdasarkan jawaban responden mengenai persepsi mereka terhadap pengaruh *E-Commerce* pada perdagangan konvensional, khususnya di industri mebel. Tabel hasil jawaban responden menggambarkan pandangan mereka tentang kemudahan transaksi, perluasan jaringan pemasaran, serta perbandingan harga antara *E-Commerce* dan perdagangan konvensional. Beberapa responden mengungkapkan bahwa mereka sangat setuju dengan kemudahan transaksi dan perluasan jaringan pemasaran yang ditawarkan oleh *E-Commerce*. Namun, terdapat juga pandangan beragam mengenai harga yang lebih terjangkau serta pengalaman dalam bernegosiasi dengan pedagang konvensional.

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Kuisioner

No	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Adanaya *E-commerce* transaksi jual beli lebihmudah	8	16	6	-	-
2.	*E-commerce* dapat memperluan jaringanpemasaran	8	19	3	-	-
3.	Harga yang ditawarkan *E-commerce* lebih terjangkau	5	9	13	3	-
4.	Adanya perdagangan konvensional pembeli dapat melihat secaralangsung kualitas produk mebel	11	15	4	-	-
5.	Adanya penjual konvensional pembelidapat negosiasi secra langsung untuk dapat kesepakatan harga	9	14	7	-	-
6.	Pedagang konvensional memudahkan seseorang dalam keadaan mendesak	1	6	16	7	-
7.	Jaringan pasar penjual konvesional terbatas	10	12	8	-	-

Keterangan:
SS = Sangat Setuju
S = Setuju
N = Netral
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

Secara keseluruhan, hasil jawaban responden menunjukkan bahwa *E-Commerce* memberikan dampak positif dalam hal kemudahan transaksi dan perluasan jaringan pemasaran. Meskipun demikian, masih ada tantangan terkait harga dan kebutuhan untuk melihat langsung kualitas produk, yang tetap menjadi keunggulan perdagangan konvensional. Jaringan pasar yang terbatas pada pedagang konvensional juga menjadi kendala, meskipun ada nilai tambah berupa interaksi langsung yang memungkinkan negosiasi harga. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengusaha mebel di Pasuruan untuk mempertimbangkan integrasi *E-Commerce* dalam strategi bisnis mereka.

2. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana data yang terkumpul sesuai dengan data sebenarnya dalam penelitian. Instrumen yang digunakan dianggap valid jika nilai R hitung lebih besar dari nilai R tabel. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen pengukuran dapat diandalkan dalam memperoleh data yang representatif dan relevan dengan tujuan penelitian, sehingga hasil yang diperoleh dapat diinterpretasikan dengan akurat.

Tabel 2. Uji Validitas

	1	2	3	4	5	6	7
R Hitung	0,794249	0,679549	0,746966	0,674966	0,654815	0,444497	0,654909
R Tabel	0,3610	0,3610	0,3610	0,3610	0,3610	0,3610	0,3610
Hasil	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Hasil penelitian menunjukkan bahwa data yang dianalisis valid karena nilai R hitung lebih besar daripada nilai R tabel. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan untuk memperoleh data yang sesuai dengan kenyataan, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan dan memiliki validitas yang tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini efektif dalam mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran suatu variabel jika dilakukan berulang kali. Variabel penelitian dianggap reliabel jika hasil perhitungan Cronbach's alpha mencapai 0,6 atau lebih[7]. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian menghasilkan data yang konsisten dan dapat diandalkan, sehingga hasil penelitian memiliki tingkat keakuratan yang tinggi dan dapat dipercaya.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

VARIAN TOTAL VARIAN BUTIR JUMLAH VARIAN BUTIR	11,75172 0,478161 3,862069	0,350575	0,809195	0,478161	0,57586	0,585057	0,585057
HASIL KEPUTUSAN	0,783255	RELIABEL					

Hasil analisis menunjukkan bahwa data penelitian ini reliabel karena memiliki nilai Cronbach's alpha sebesar 0,783255. Nilai tersebut lebih besar dari ambang batas

minimum 0,6, yang berarti bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan data yang konsisten dan dapat diandalkan. Dengan demikian, variabel yang diukur dalam penelitian ini dapat dianggap stabil dan dapat dipercaya, sehingga kesimpulan yang diperoleh dari data tersebut memiliki tingkat keakuratan yang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian memiliki reliabilitas yang baik dan dapat dipertanggungjawabkan.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen[8]. Metode ini mengukur hubungan antara satu atau lebih variabel independen dengan variabel dependen untuk mengidentifikasi sejauh mana perubahan pada variabel independen memengaruhi variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi Y = 7,2859 + 0,6924X. Persamaan ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel independen X akan meningkatkan nilai variabel dependen Y sebesar 0,6924, dengan konstanta 7,2859 sebagai nilai awal saat X bernilai nol.

Tabel 4. Regresi Linear Berganda

Multiple R	0,635071
R Square	0,403315
Adjusted R Square	0,382005
Standard Error	1,554305

Regression	1	45,72249	45,72249	18,92594	0,000163197
Residual	28	67,64418	2,415864		
Total	29	113,3667			

	Coefficients	*Error*	*t Stat*	*P-value*	*Lower 95%*	*95%*	*95,0%*	*95,0%*
Intercept	7,285914	1,894177	3,846479	0,000633	3,405867594	11,16596	3,405868	11,16596
X Variable 1	0,692415	0,159161	4,350395	0,000163	0,366387777	1,0184427	0,366388	1,018443

Berdasarkan tabel, nilai korelasi antara X dan Y adalah 0,635, yang menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara kedua variabel. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,00016, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa E-commerce memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pedagang konvensional. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan kuat antara penggunaan E-commerce dengan perubahan yang terjadi pada pedagang konvensional, mengindikasikan bahwa E-commerce berpengaruh terhadap perkembangan industri pedagang konvensional tersebut.

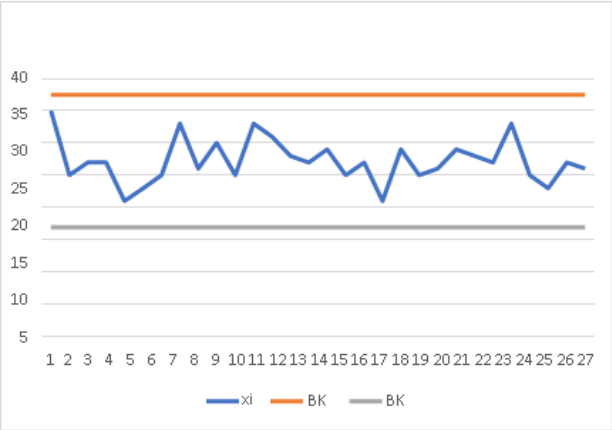
5. Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah 0,38 atau 38%. Hal ini berarti bahwa 38% variabilitas pada pedagang konvensional dapat dijelaskan oleh pengaruh E-commerce, sementara sisanya sebesar 62% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Koefisien determinasi menggambarkan sejauh mana variabel independen (dalam hal ini E-commerce) dapat menjelaskan perubahan pada variabel dependen (pedagang konvensional). Angka 38% menunjukkan bahwa pengaruh E-commerce terhadap pedagang konvensional cukup signifikan, meskipun ada banyak faktor lain yang turut mempengaruhi perubahan

dalam praktik bisnis pedagang konvensional. Hal ini juga mengindikasikan bahwa meskipun E-commerce memberikan dampak yang jelas, faktor eksternal lainnya seperti kondisi pasar, kebijakan pemerintah, dan aspek teknologi turut memainkan peran penting dalam perkembangan sektor perdagangan konvensional. Oleh karena itu, meskipun E-commerce memberikan kontribusi yang berarti, peran faktor-faktor lain tetap tidak dapat diabaikan dalam upaya memahami dinamika industri mebel konvensional. Dengan demikian, temuan ini menunjukkan pentingnya pertimbangan faktor-faktor lain dalam mengoptimalkan pengaruh E-commerce terhadap pedagang konvensional.

6. Uji Keseragaman Data

Data dikatakan seragam jika nilai-nilai yang diperoleh berada di dalam batas kontrol bawah dan batas kontrol atas. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, hasil uji keseragaman menunjukkan bahwa data yang diperoleh berada dalam rentang yang sesuai dengan batas kontrol yang telah ditetapkan. Dengan demikian, data yang diperoleh dapat dikatakan seragam, yang berarti tidak ada variasi yang signifikan yang melampaui batas kontrol tersebut. Diagram yang disertakan menggambarkan hasil uji keseragaman yang mengonfirmasi bahwa data yang dikumpulkan sesuai dengan standar yang diharapkan.



Gambar 2. Hasil Uji Keseragaman Data
Sumber: Data Pribadi

7. Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data penting dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan memadai dan dapat digunakan untuk membuat kesimpulan yang valid. Uji ini bertujuan untuk menilai apakah sampel yang diambil cukup representatif untuk menggeneralisasi hasil penelitian. Salah satu cara untuk menguji kecukupan data adalah dengan menggunakan rumus tertentu yang menghitung nilai N′ dan N. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh hasil N′ = 4,96 yang lebih kecil daripada N = 30, yang menunjukkan bahwa jumlah data yang dikumpulkan sudah mencukupi. Dengan demikian, data yang diperoleh dapat dianggap cukup untuk analisis lebih lanjut, sehingga hasil yang diperoleh dapat diandalkan untuk membuat kesimpulan yang valid.

Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan yang telah dilakukan mulai dari pengumpulan data hingga berbagai pengujian yang diterapkan, dapat disimpulkan bahwa E-commerce memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pedagang konvensional. E-commerce terbukti mampu

mempengaruhi turunnya penjualan pada pedagang konvensional. Oleh karena itu, pemilik industri mebel yang sebelumnya hanya mengandalkan perdagangan konvensional, kini dapat memanfaatkan E-commerce sebagai strategi untuk meningkatkan penjualannya dan meraih manfaat yang besar untuk kelangsungan bisnis mebel di masa depan. Transaksi jual beli yang lebih mudah yang ditawarkan oleh E-commerce memiliki beberapa keuntungan penting bagi pedagang konvensional. Pertama, E-commerce memberikan kemudahan bagi pembeli untuk melakukan transaksi tanpa perlu datang langsung ke tempat jual beli, yang tentunya mengurangi waktu dan biaya. Kedua, E-commerce dapat memperluas jaringan pemasaran, memungkinkan pedagang untuk memperkenalkan produk mereka tidak hanya di pasar lokal, tetapi juga di seluruh Indonesia bahkan hingga pasar internasional. Hal ini membuka peluang lebih besar bagi pedagang untuk mendapatkan pelanggan baru. Ketiga, E-commerce memungkinkan pedagang untuk menawarkan harga yang lebih terjangkau, karena mereka tidak perlu lagi mengeluarkan biaya untuk sewa toko fisik. Dengan demikian, pedagang konvensional di industri mebel dapat memanfaatkan potensi E-commerce untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Manfaat yang signifikan dapat diperoleh apabila pemilik industri mebel secara proaktif mengadaptasi E-commerce dalam strategi bisnis mereka, sehingga meningkatkan daya saing dan potensi keuntungan di masa depan.

Daftar Pustaka

[1] Syafwendi, "ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN STRATEGI O2O," 2016.

[2] F. Abdul Majid et al., "PERAN E-COMMERCE DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA DI MASA DEPAN," 2022. [Online]. Available: http://oaj.stiecirebon.ac.id/index.php/jem

[3] F. Halim, A. H. Wijaya, and wiyono, "Analisis dan Perancangan E-Commerce Berbasis Web Dengan Penerapan Sistem Perekomendasian Menggunakan Metode Collaborative Filtering Serta Metode Up, Down, Cross Selling," JURNAL ALGOR, no. 1, 2022, [Online]. Available: https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/algor/index

[4] Alvin Tutupary, "Pengaruh Persepsi Risiko Finansial, Transaction Cost, dan Switching Cost terhadap Proses Pengambilan Keputusan di E-Commerce," 2018.

[5] G. Ngurah, A. Setyawan, W. Sukadana, and M. D. Saientisna, "PERAN E-COMMERCE TERHADAP PENJUALAN USAHA PADA INDUSTRI PAKAIAN JADI DI PROVINSI BALI," E-JURNAL EKONOMI PEMBANGUNAN UNIVERSITAS UDAYANA, vol. 6, no. 12, pp. 2436–2461, 2017.

[6] Kyvani Andini, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PLATFORM E-COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus Pada Konsumen E-commerce Shopee di Kota Tegal)," pp. 1–92, 2021.

[7] Yuliara IM. Regresi linier berganda. Denpasar: Universitas Udayana. 2016.

[8] Sukestiyarno YL, Agoestanto A. Batasan prasyarat uji normalitas dan uji homogenitas pada model regresi linear. Unnes Journal of Mathematics. 2017;6(2):168-77.