

Pengaruh Manajemen Operasi di Era Digital Terhadap Penjualan pada E-Commerce

Hanie Supandi

Magister Manajemen, Universitas Pamulang, Indonesia

Alamat: Universitas Pamulang, Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang Bar., Kec. Pamulan, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417

Korespondensi email: hanie.djay@gmail.com

Abstract. Operations are defined as activities that manage production factors to create products to add value through the transformation process. However, to remain competitive in an increasingly dynamic market, e-commerce companies must optimize their operations, especially in logistics, inventory, and customer service management. This can be seen from the ease of people in meeting their needs, especially with the existence of modern markets around the community. The research method used is library research which focuses on collecting and analyzing secondary data from various relevant literature sources. In this context, the sources used include books, journal articles, research reports, and other related documents. Furthermore, the collected data is systematically analyzed to identify patterns, trends, and gaps in previous research. Operations management in e-commerce in Indonesia faces various complex challenges. One of the main problems is related to logistics and shipping. Inadequate infrastructure in various regions, especially in remote areas, causes long delivery times and significantly increased logistics costs. In addition, inventory management is also a significant challenge. Operational management of E-Commerce sales has several Structural Aspects or Regulatory Aspects, Operational Aspects, Operations Management Systems.

Keywords: Operation, Management, E-Commerce

Abstrak. Operasi didefinisikan sebagai kegiatan yang mengelola faktor-faktor produksi untuk menciptakan produk agar bernilai tambah melalui proses transformasi. Namun, untuk tetap kompetitif di pasar yang semakin dinamis, perusahaan e-commerce harus mengoptimalkan operasi mereka, terutama dalam manajemen logistik, inventaris, dan layanan pelanggan. Hal ini terlihat dengan kemudahan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, terutama dengan keberadaan pasar modern yang ada di sekitar masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah library research yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data sekunder dari berbagai sumber literatur yang relevan. Dalam konteks ini, sumber-sumber yang digunakan meliputi buku, artikel jurnal, laporan penelitian, serta dokumen-dokumen lain yang berkaitan. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi pola, tren, dan kesenjangan dalam penelitian sebelumnya. Manajemen operasi dalam e-commerce di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang kompleks. Salah satu masalah utama adalah terkait dengan logistik dan pengiriman. Infrastruktur yang kurang memadai di berbagai daerah, terutama di wilayah-wilayah terpencil, menyebabkan waktu pengiriman menjadi lama dan biaya logistik meningkat signifikan. Selain itu, manajemen inventaris juga menjadi tantangan yang signifikan. Manajemen operasional terhadap penjualan E-Commerce memiliki beberapa Aspek struktural atau Aspek Regulasi, Aspek Operasional, Sistem Manajemen Operasi.

Kata kunci: Operasi, Manajemen, E-Commerce

1. LATAR BELAKANG

Operasi didefinisikan sebagai kegiatan yang mengelola faktor-faktor produksi untuk menciptakan produk (barang atau jasa) agar bernilai tambah (Added Value) melalui proses transformasi. Istilah manajemen merujuk konsep pengaturan dengan penekanan pada efisien, sedangkan istilah operasi merujuk pada proses perubahan dengan penekanan pada nilai tambah E-commerce di Indonesia telah berkembang pesat seiring dengan peningkatan akses internet dan perubahan perilaku belanja konsumen (Benny, 2023).

Namun, untuk tetap kompetitif di pasar yang semakin dinamis, perusahaan e-commerce harus mengoptimalkan operasi mereka, terutama dalam manajemen logistik, inventaris, dan layanan pelanggan. Strategi manajemen operasi yang efektif menjadi kunci untuk meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan memenuhi ekspektasi pelanggan. Perkembangan laju perekonomian di era modern sudah berkembang dengan pesat (Azzamani & Jakarta, 2023).

Hal ini terlihat dengan kemudahan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, terutama dengan keberadaan pasar modern yang ada di sekitar masyarakat. Namun dengan keberadaan pasar modern ini nantinya akan menimbulkan kompetisi dengan pedagang biasa saja.

2. KAJIAN TEORITIS

Menurut (Pramesiti et al., 2023) Era digital telah mengubah lanskap operasi dan manajemen dalam produksi barang dan jasa, menekankan efisiensi dan penggunaan sistem digital yang canggih. Sistem digital unggul dibandingkan sistem analog karena dapat mengatasi gangguan sinyal, menghasilkan hasil yang lebih jernih, akurat, dan tanpa tertunda. E-commerce, sebagai penggunaan internet dan web untuk transaksi bisnis, memiliki beragam jenis, termasuk B2B, B2C, C2C, peer-to-peer, dan mobile commerce. Dampak positif e-commerce meliputi aliran pendapatan baru, peningkatan pemasaran, dan pengurangan biaya operasional, tetapi juga membawa dampak negatif seperti potensi pengangguran akibat otomatisasi dan gangguan dalam pelayanan. Manajemen operasional dalam era globalisasi memainkan peran penting dalam mengelola sumber daya manusia, produksi, dan peningkatan kualitas produk atau layanan. E-commerce, yang berkembang pesat berkat pertumbuhan internet, telah mengubah paradigma bisnis dan menciptakan keuntungan bagi pedagang dan pembeli. Berbagai karakteristik e-commerce, termasuk classifieds/listing/iklan baris, shopping mall online, dan toko online di media sosial, menjadi bagian integral dari perkembangan ini. Di Indonesia, e-commerce terus berkembang dengan proyeksi jumlah pengguna yang terus meningkat hingga tahun 2023. Nilai transaksi e-commerce juga meningkat, meskipun masih ada tantangan terkait keamanan dan privasi. Dengan demikian, era digital telah mengubah cara operasi dan manajemen berjalan, dan e-commerce telah menjadi tren yang terus berkembang, dengan potensi dampak positif dan negatif. Manajemen operasional yang efisien dan pemahaman terhadap perkembangan e-commerce menjadi kunci kesuksesan dalam lingkungan bisnis yang terus berubah ini.

Menurut (Mikraj et al., 2024) Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi manajemen operasi yang efektif untuk mengoptimalkan kinerja e-commerce di Indonesia melalui penerapan TOC dan Lean Manufacturing. Metode penelitian ini menggunakan library research untuk mengumpulkan dan menganalisis data sekunder dari berbagai literatur yang terkait dengan manajemen operasi dan e-commerce di Indonesia. Literatur yang dipilih dievaluasi secara kritis untuk memastikan relevansi dan kualitasnya, dengan fokus pada teori seperti TOC dan Lean Manufacturing. Data yang dikumpulkan dianalisis untuk merumuskan strategi manajemen operasi yang relevan, memberikan wawasan yang komprehensif tentang pengoptimalan kinerja e-commerce di Indonesia. Hasil penelitian ini menyoroti pentingnya pengoptimalan logistik, pengiriman, dan manajemen inventaris dalam meningkatkan kinerja e-commerce di Indonesia, dengan tantangan utama adalah infrastruktur yang tidak memadai, biaya logistik yang tinggi, dan risiko keamanan transaksi. Untuk mengatasinya, perusahaan perlu mengadopsi teknologi canggih, menerapkan strategi lean, dan mendiversifikasi rantai pasokan mereka. Regulasi yang jelas dan kolaborasi dengan mitra strategis juga penting untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Meningkatkan layanan pelanggan dapat memperkuat loyalitas dan mendukung pertumbuhan jangka panjang.

Menurut (Azzamani & Jakarta, 2023) Dengan kemajuan dalam teknologi dan komunikasi, cara orang berpikir, khususnya masyarakat Islam, tentang menggunakan media online. Hal ini ditandai dengan peningkatan jumlah penjual dan pembeli yang bertransaksi secara online, dimulai dari menawarkan produk, memasarkan, hingga melakukan transaksi. Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan transaksi e-commerce. Namun, karena Indonesia adalah negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, kita harus memperhatikan aturan hukum Islam dalam berinteraksi. Untuk menjamin keabsahan transaksi, beberapa kondisi harus diteliti lebih lanjut karena e-commerce dilakukan melalui komputer dan jaringan.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah library research yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data sekunder dari berbagai sumber literatur yang relevan. Dalam konteks ini, sumber-sumber yang digunakan meliputi buku, artikel jurnal, laporan penelitian, serta dokumen-dokumen lain yang berkaitan dengan manajemen operasi, e-commerce, dan strategi optimisasi di Indonesia. Pemilihan literatur didasarkan pada relevansi dan kredibilitas sumber, dengan mengutamakan publikasi yang memiliki

kontribusi signifikan terhadap pemahaman mengenai strategi manajemen operasi dan tantangan dalam industri e-commerce. Langkah pertama dalam metode ini adalah mengidentifikasi topik utama yang akan diteliti, yaitu strategi manajemen operasi dalam e-commerce (Sitanggang et al., 2023).

Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi pola, tren, dan kesenjangan dalam penelitian sebelumnya. Analisis ini kemudian digunakan untuk merumuskan strategi yang relevan dan aplikatif dalam konteks e-commerce di Indonesia. Hasil dari kajian pustaka ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif tentang bagaimana manajemen operasi dapat dioptimalkan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan e-commerce di pasar yang terus berkembang. Metode library research ini memungkinkan peneliti untuk menyusun kerangka konseptual yang kuat dan berbasis bukti dari berbagai sumber ilmiah yang ada.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Laurent A. Aply menerjemahkan manajemen sebagai “The art of getting think done though people”. Manajemen diartikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin dan mengawasi usaha-usaha dari anggota organisasi ataupun suatu kelompok yang mana untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen dikatakan sebagai seni yang dilakukan untuk melakukan sesuatu serta manajemen dianggap suatu hal yang fungsional dan bebas nilai (M. Karebet 2003,13).

Adapun konsep dasar manajemen dikelompokkan menjadi 3 macam yakni pertama lingkup manajemen yang menyentuh seluruh bidang pada masyarakat seperti pemerintah, perdangan, perindustrian. Kedua unsur dan fungsi manajemen seperti Unsur dan fungsi manajemen. Ketiga Orientasi manajemen yaitu mencapai profit setinggi-tingginya, perusahaan yang terus mengupayakan pertumbuhan dari profitnya dan menjaga keberlangsungan profit yang telah didapatkan (M. Karebet 2003, 13).

Manajemen operasi dalam e-commerce di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang kompleks. Salah satu masalah utama adalah terkait dengan logistik dan pengiriman. Infrastruktur yang kurang memadai di berbagai daerah, terutama di wilayah-wilayah terpencil, menyebabkan waktu pengiriman menjadi lama dan biaya logistik meningkat signifikan. Kondisi ini menciptakan kendala besar dalam upaya meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan. Selain itu, manajemen inventaris juga menjadi tantangan yang signifikan. Ada beberapa aspek yang berkaitan erat dengan manajemen operasional, yaitu :

a. Aspek struktural

Aspek regulasi yang bagian-bagian yang membentuk sistem operasi dan kegiatan yang berinteraksi satu sama lain.

b. Aspek operasional

Aspek yang terkait dengan manajemen dan organisasi dari semua komponen struktural dan interaksi, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan perbaikan untuk mencapai kinerja yang optimal.

c. Sistem manajemen operasi

Untuk memperhatikan aspek lingkungan, perkembangan dan tren yang berkaitan erat dengan lingkungan. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan perkembangan dan tren yang berkaitan erat dengan lingkungan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian diatas, manajemen operasional terhadap penjualan E-Commerce memiliki beberapa aspek, yaitu :

a. Aspek structural atau Aspek Regulasi

b. Aspek Operasional

c. Sistem Manajemen Operasi

Saran untuk penelitian yang selanjutnya, menambah Kembali beberapa aspek pendukung yang membuat maju untuk penjualan pada E-Commerce

DAFTAR REFERENSI

- Alfayulanda, P., & Murni, D. (2024). Penerapan Analisis Regresi Logistik Biner Pada Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Berbelanja Online Di Tiktok. *Jurnal Lebesgue : Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika Dan Statistika*, 5(1), 178–189. <https://doi.org/10.46306/lb.v5i1.547>
- Arifin, K. M., Surabaya, U. M., Wahjono, S. I., Surabaya, U. M., Ramadhani, N., Surabaya, U. M., Saputri, N. O., & Surabaya, U. M. (2023). *Manajemen Operasi Hotel di Ekonomi Digital Melalui E-commerce Manajemen Operasi Hotel di Ekonomi Digital Melalui E-commerce. December*.
- Azzamani, A. N., & Jakarta, U. M. (2023). *Manajemen Operasional Dan E-Commerce Syariah*. 1(2), 28–38.
- Benny. (2023). Analisis Manajemen Operasional Pada Pt. Indofood. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 357–378.
- Dewi, A. F., & Pratiwi, R. (2021). Analisis Regresi Logistik Biner pada Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan

- Jasa Layanan Grab di Kabupaten Lamongan. *Inferensi*, 4(2), 77. <https://doi.org/10.12962/j27213862.v4i2.8637>
- Hanif, H., Hidayat, T., & Haryadi, R. N. (2023). Pelatihan Keterampilan Manajemen Operasional bagi UMKM: Peningkatan Efisiensi dan Produktivitas. *Jabdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 34–38. <https://doi.org/10.56457/jabdimas.v1i1.52>
- Hartanto, H. Y. (2022). Analisis Pengaruh Penggunaan Media terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 9(1), 323–334. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/39254>
- Madiistriyatno, H. (2023). *Jurnal MENTARI: Manajemen Pendidikan dan Teknologi Informasi Media Sosial dalam Manajemen Operasi dan Rantai Pasokan : Eksplorasi Masa Depan*. 2(1), 31–42.
- Mangiri, N. J. S., & Sasabone, L. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Anugrah Karunia Logistik. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1346–1352. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3177>
- Mikraj, A. L., Hananto, D., Nurwahid, A., Ikhwal, F., Winutan, L., & Riski, M. (2024). *Strategi Manajemen Operasi Commerce di Indonesia Dalam Mengoptimalkan Operasi*. 5(1), 445–458.
- Perdana, M. A. C., Sulistyowati, N. W., Ninasari, A., Jainudin, & Mokodenseho, S. (2023). Analisis Pengaruh Pembiayaan, Skala Usaha, dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia terhadap Profitabilitas UMKM. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(03), 135–148. <https://doi.org/10.58812/sek.v1i03.120>
- Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pt Sarana Bandar Logistik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75–82. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.75-82>
- Pramesti, A., Novitasari, C., & Oktaviani, D. (2023). Penerapan Manajemen Operasional Di Era Digital Dan Perkembangan E – Commerce. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 1(1), 88–97.
- Pramudita, A. S., & Dkk. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Logistik Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: J&T Express Dp Padang Sidempuan). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Poltekpos*, 12(1), 1–9.
- Ramandini, N. (2023). Peranan Manajemen Operasional Dalam UMKM Manufaktur Konveksi Baju. *Journal of Creative Power and Ambition*, 1(1), 46–58. <https://edujavare.com/index.php/jcpaWebsite:https://edujavare.com/>
- Sisi, U., & Bima, K. (2024). *Article Info Keywords: 1(1)*.
- Sitanggang, M., Yanuar, T., Syah, R., Dhafi Iskandar, M., & Hamdi, E. (2023). Analisis Penerapan Manajemen Operasional Pada Digital Bank For Kids (Dex Junior). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(1), 100–108.

- Sofyan, M., Ahmad Junaidi, stiamiacid, & Fitri Rahmawati, N. (2022). Analisis Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspedisi Pt. Kadiri Logistik Cargo. *Conference Series*, 1(1), 83–95.
- Yulianti, D. T., Adelia, A., & Ibrahim, N. (2018). Analisis Manajemen Operasi menggunakan COBIT 5 – DS01 Manage Operation (Studi Kasus CV.XYZ). *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 4(3), 488–498–488–498. <https://journal.maranatha.edu/index.php/jutisi/article/view/1484>