

## PENERAPAN MANAJEMEN OPERASIONAL DI ERA DIGITAL DAN PERKEMBANGAN E – COMMERCE

Andhea Pramesti<sup>1</sup>, Catur Novitasari<sup>2</sup>, Dina Oktaviani<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Surakarta

[b100210302@student.ums.ac.id](mailto:b100210302@student.ums.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Surakarta

[b100210308@student.ums.ac.id](mailto:b100210308@student.ums.ac.id)

<sup>3</sup>Universitas Muhammadiyah Surakarta

[b100210315@student.ums.ac.id](mailto:b100210315@student.ums.ac.id)

### Abstrak

Di era globalisasi saat ini, manajemen operasional terus menjadi topik dan penelitian yang menarik bagi para akademisi dan profesional industri baik manufaktur maupun industrialisasi. Hal ini penting mengingat aspek manajemen operasi inilah yang menggerakkan bisnis. Oleh karena itu, jika suatu perusahaan tidak memiliki sistem manajemen operasi yang baik dan terkelola dengan baik, maka besar kemungkinan bisnis tersebut akan berhenti. Proses transisi bisnis dari tradisional ke digital membuat perusahaan memikirkan langkah-langkah strategis agar proses bisnis yang ada dapat berkelanjutan. Salah satu caranya adalah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi di bidang pemasaran yang mengubah cara kerja dari cara tradisional ke teknologi digital melalui pemanfaatan e-commerce. Pesatnya pertumbuhan pengguna internet pada tahun 2017 sebesar 143,26 juta juga menjadi faktor penting dalam mengubah perilaku pembelian masyarakat secara lebih dinamis, dengan konsumen menginginkan pengiriman produk yang lebih cepat dan hasil yang lebih baik.

*Kata Kunci : Digital, E Commerce, Operasional*

### Pendahuluan

Memaparkan Pentingnya manajemen operasional dalam suatu perusahaan, karena kegiatan utamanya adalah pengelolaan seluruh sumber daya yang ada. Mengelola hal ini membutuhkan pemimpin dalam struktur organisasi yang memiliki wewenang dan tanggung jawab yang jelas untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan dengan menghasilkan barang dan/atau jasa berkualitas tinggi dengan biaya produksi yang paling efisien dan efektif, serta memberikan rasa puas kepada konsumen/pelanggan masing-masing.

Heizer, Render, dan Munson merupakan pakar yang melakukan penelitian tentang manajemen operasi sehingga menjadi referensi bagi para peneliti. Mereka mendefinisikan manajemen pertanian sebagai bentuk manajemen yang optimal untuk semua kegiatan, termasuk tenaga kerja, barang (mesin, peralatan dan bahan mentah), serta faktor produksi lainnya yang dapat digunakan sebagai barang dan jasa yang sering diperdagangkan.

Dalam pendekatan lain, manajemen operasi didefinisikan sebagai manajemen yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, koordinasi, dan pengendalian semua aktivitas yang berhubungan langsung dengan barang dan jasa. Pengertian lain dari manajemen operasi adalah penerapan ilmu manajemen pada pengorganisasian dan pengelolaan seluruh operasi produksi agar berjalan secara efisien dan efektif. Pengertian lain dari manajemen operasi adalah proses yang berkesinambungan dan efektif yang memanfaatkan semua fungsi manajemen untuk secara efektif mengintegrasikan berbagai sumber daya untuk mencapai tujuan perusahaan.

Pengertian *e-commerce* adalah sistem pemasaran atau penggunaan internet, website, dan aplikasi mobile serta browser yang digunakan pada perangkat mobile untuk melakukan transaksi. Secara formal juga dapat melibatkan kegiatan bisnis antara organisasi dengan individu. Menurut pernyataan lain,

perdagangan elektronik adalah penggunaan Internet dan komputer yang dilengkapi dengan browser web untuk membeli dan menjual produk. Sebagian besar e-commerce adalah bisnis ke bisnis daripada bisnis ke konsumen.

Bidang e-commerce itu sendiri cukup luas, biasanya mencakup jasa distribusi, penjualan, pembelian, pelayanan, pemeliharaan, dan jasa produk, yang semuanya berlangsung dalam sistem elektronik seperti Internet atau jaringan komputer lainnya. Perdagangan merupakan kombinasi antara jasa/barang dan transaksi yang berhubungan dengan internet, yang diharapkan menjadi kekuatan utama dalam meningkatkan ekonomi domestik melalui liberalisasi pelayanan dalam negeri dan integrasi yang lebih cepat ke dalam produksi global. perdagangan e-commerce dapat diartikan sebagai proses menghubungkan kegiatan atau koneksi bisnis antara pemasok dengan perusahaan dan konsumen yang menggunakan proses bisnis yang dilaksanakan melalui infrastruktur teknologi.

Model ekonomi berbagi muncul sebagai hasil dari pertumbuhan ekonomi sosial yang lebih besar, yaitu evolusi platform aplikasi atau digital yang beroperasi menurut prinsip kepercayaan dan reputasi (atau disebut ekonomi teman), dan mengalokasikan sumber daya pengangguran, baik properti maupun karyawan (atau apa yang umumnya disebut konsumsi). Hal ini menunjukkan bahwa ekonomi berbagi sebagai bentuk ekosistem sosial ekonomi berdasarkan sumber daya manusia dan bahan yang terkait dengan berbagi.

E-Commerce telah menjadi model bisnis baru di berbagai negara berkat upaya pedagang untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan mereka. Pertumbuhan dari e-commerce menjadi faktor pertumbuhan pesat dalam perdagangan elektronik. Faktor pemicu di balik pengembangan perdagangan elektronik adalah persaingan dan biayanya 2x lipat. Motivasi kompetitif merujuk pada kemampuan untuk meningkatkan jumlah konsumen dan nilai transaksi yang dihasilkan oleh permintaan konsumen, untuk memastikan kualitas dan keragaman barang dan jasa, serta untuk berusaha mempertahankan nilai saham. Biaya ekonomis diminimalkan dengan mengurangi anggaran biaya, seperti distribution dan storage costs. Peningkatan biaya dapat diimbangi, misalnya dengan memperpendek alur pemesanan dan pengiriman, mempercepat distribusi barang dan jasa saluran informasi, meminimalkan biaya operasi dan mengurangi biaya lainnya yang berhubungan dengan penjualan barang dan jasa secara online.

## **METODOLOGI**

Untuk penelitian ini kami menggunakan metodologi pendekatan penelitian yaitu pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan tata cara penelitian yang memberikan hasil data-data deskriptif atau uraian-uraian yang dapat diambil dari sebuah pengamatan. Singkatnya, metodologi pendekatan kualitatif merupakan metodologi yang mempergunakan manfaat dari data-data kualitatif yang berupa pendefinisian atau penguraian analisa dengan cara investigasi deskriptif. Terdapat 2 jenis data dan sumber yaitu data primer (utama) dan data sekunder. Data primer adalah data yang dihasilkan dari pengambilan data secara langsung di lapangan oleh si pembuat penelitian. Sedangkan data sekunder adalah data yang dihasilkan atau dikumpulkan melalui banyak informasi yang sudah ada dari sebelum melakukan penelitian yang dibuat oleh peneliti, hal ini bertujuan untuk memenuhi bahan kebutuhan dari penelitiannya. Beberapa sumber jika melakukan penelitian dengan data sekunder dapat ditemukan di artikel-artikel dari internet, jurnal yang pernah ada sebelumnya, publikasi pemerintah, buku digital atau e-book, serta informasi-informasi mana saja yang dapat diambil dengan penguraian atau penjelasan yang sama. Dari penjelasan tersebut, kami sebagai peneliti menggunakan sumber data sekunder.

## **DATA, DISKUSI, DAN HASIL TEMUAN**

### **PENERAPAN MANAJEMEN OPERASIONAL DI ERA DIGITAL**

#### **A. Pengertian Manajemen Operasional**

Menurut para ahli, Efendi et al (2019) manajemen operasional merupakan sebuah tahap atau langkah produksi menggunakan cara pengubahan dari data masuk menjadi data keluar. Manajemen operasi juga dapat diartikan sebagai pengefisiensi dan pengefektifan sebuah kegiatan mengolah dan megorganisasikan pemakaian sumber daya dalam usaha produksi atau penginovasian manfaat atau kegunaan dari suatu produk.

Manajemen operasi juga didefinisikan oleh Rusdiana (2014). Yaitu suatu proses peralihanyang ideal dalam usaha mengatur sumber daya yang ada, hal ini bertujuan untuk menghasilkan output yang lebih bermanfaat dari produksi sebelumnya.

Manajemen produksi ialah tindakan yang meliputi aspek umum, seperti menganalisa dan menetapkan putusan ketika kegiatan produksi belum dimulai, yang pada dasarnya berisi ketetapan-ketetapan untuk masa mendatang juga ketetapan-ketetapan ketika mempersiapkan dan melakukan kegiatan operasional. Zainul (2019).

Manajemen operasi merupakan suatu jenis pengaturan yang integral dan paling menguntungkan untuk sebuah permasalahan SDM atau ketenagakerjaan, produk berupa barang, perkakas, bahan kebutuhan pokok atau produksi yang dapat diubah menjadi suatu produk barang atau jasa yang layak diperdagangkan. Parinduri et al (2020).

Manajemen operasi adalah bagian dari aktivitas produksi barang dan jasa dengan melewati tahap peralihan dari input menjadi output. Akhmad (2018).

Manajemen operasi adalah bagian dari aktivitas yang melahirkan hasil berupa nilai yang berwujud barang dan jasa yang menggunakan cara pengubahan suatu masukan menjadi keluaran. Heizer dan Rander (2009).

Dari banyaknya definisi-definisi para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen operasi adalah manajemen yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, koordinasi, dan pengendalian semua kegiatan yang berhubungan langsung dengan barang atau jasa. Definisi lain dari manajemen operasi adalah penerapan ilmu manajemen untuk mengatur dan mengelola semua operasi produksi agar dapat beroperasi secara efisien dan efektif. Selain itu terdapat definisi lain dari manajemen operasi yaitu proses yang berkelanjutan dan pegintegrasian berbagai sumber dayasecara efektif untuk mencapai tujuan perusahaan dengan menggunakan semua fungsi manajemennya.

Definisi di atas mengacu pada pengelolaan semua sumber daya bisnis yang terkait dengan produk dan layanan sedemikian rupa sehingga bisnis beroperasi secara efisien dan efektif. Untuk melakukan fungsi-fungsi manajemen operasional ini, manajer diperlukan dalam struktur organisasi dimana mereka dapat menjalankan wewenang dan tanggung jawab sebagaimana dijelaskan oleh Rita dan Supardi dalam Buku Ajar Manajemen dan Implementasi Operasi Industri 2019, tugas dan tanggung jawab manajer operasi menjadi tanggung jawab manajer operasi yaitu:

1. Memproduksi barang atau jasa.
2. Menentukan fungsi-fungsi dan sistem transformasi.
3. Meninjau pengambilan keputusan operasional.

#### **B. Ruang Lingkup Manjemen Operasional**

Ada beberapa aspek yang berkaitan erat dengan manajemen operasional, antara lain:

1. Aspek struktural adalah aspek regulasi.  
Bagian-bagian yang membentuk sistem operasi dan kegiatan yang berinteraksi satu samalain.
2. Aspek operasional, yaitu 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.
3. Sistem manajemen operasi yang penting 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.

### **C. Keunikan dan Kegunaan Manajemen Operasional**

Menurut Julian Yamit (2003), manajemen operasional memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Memiliki tujuan untuk mampu menghasilkan barang dan jasa.
2. Proyek-proyek penting seperti proyek inovasi sedang berlangsung.
3. Memiliki beberapa mekanisme yang dapat menjelaskan operasi tertentu.

#### **Kegunaan Manajemen Operasional**

Adapun beberapa kegunaan manajemen operasional yaitu antara lain:

1. Fungsi perencanaan  
Fase ini mencakup semua kegiatan awal, mulai dari memutuskan barang atau jasa mana yang akan diproduksi hingga pemasaran. Fungsi perencanaan meliputi produksi produk menggunakan sumber daya dan peralatan lainnya.
2. Fungsi organisasi  
Dalam setiap kegiatan bisnis, Anda perlu memahami jumlah sumber daya manusia yang dibutuhkan, termasuk keterampilan dan kemampuan. Dengan kata lain, manajer operasi perlu menetapkan struktur individu, kelompok, atau departemen dalam sistem operasi untuk mencapai tujuan bisnis.
3. Fungsi penelitian  
Diperlukan tinjauan terhadap semua kegiatan operasional dan produksi, yaitu fungsipenelitian. Fungsi penelitian mencakup semua kegiatan untuk mendapatkan informasi tentang setiap kegiatan operasional dan produksi.
4. Fungsi pemantauan  
Fungsi pemantauan ini mencakup semua kegiatan yang bertujuan untuk mengendalikan dan memastikan berbagai kegiatan yang telah dilakukan sesuai rencana dan sedang dilakukan.

### **D. Penerapan Manajemen Operasional**

Pelaksanaan fungsi pengendalian operasional untuk mengatur penggunaan sumber daya khusus perusahaan. Sumber daya ini terdiri dari bahan baku produk, karyawan, alat produksi dan perlengkapan lainnya. Tujuan dari manajemen operasi adalah untuk mengendalikan system operasional agar organisasi beroperasi secara efisien dan efektif sesuai dengan rencana danmewujudkan tujuan bisnis.

Anda memerlukan strategi untuk menggunakannya. Strategi adalah rencana jangka panjang yang dibuat untuk mencapai tujuan tertentu. Manajemen strategi adalah proses yang terdiri dari tiga fungsi:

pengembangan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. perumusan strategi, Kegiatan seperti merumuskan ide bisnis, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal bagi perusahaan, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menciptakan strategi alternatif dan memilih strategi khusus untuk diterapkan. Pertanyaan yang terkait dengan perumusan strategi meliputi: perusahaan mana yang akan bergabung, perusahaan mana yang akan ditinggalkan, bagaimana mengalokasikan sumber daya, apakah akan memperluas atau diversifikasi, apakah akan memasuki pasar internasional atau bergabung, termasuk membentuk usaha patungan atau menghindari Penggabungan tunggal.

Untuk menerapkan strategi, perusahaan harus menetapkan tujuan tahunan, memberikan pedoman, memotivasi karyawan, dan menyediakan sumber daya untuk menerapkan strategi yang telah dirumuskan. Eksekusi strategis termasuk mengembangkan strategi yang mendukung budaya, membangun struktur organisasi yang efektif, mengubah arah pasar, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan menggunakan sistem informasi, serta menghubungkan penghargaan karyawan dengan kinerja organisasi, dll. Eksekusi strategis adalah tentang itu, untuk memobilisasi karyawan. dan manajer untuk implementasi strategi.

Evaluasi strategis adalah tahap akhir dari manajemen strategis. Manajer harus mengidentifikasi ketika strategi tertentu tidak bekerja, mengevaluasi strategi untuk mengukur efektivitasnya, dan membuat keputusan untuk mengubah semua strategi berdasarkan faktor eksternal dan internal organisasi. Strategi implementasi pengendalian operasional sangat penting dalam implementasi perusahaan industri dan manufaktur. Kami berharap dengan sistem operasi yang tepat proses produksi Anda berjalan dengan efisien dan efektif.

Secara rinci, manajemen operasional mengejar lima tujuan berikut:

- 1) Efficiency, membuat operasional perusahaan menjadi lebih efisien.
- 2) Produktivitas, mengupayakan produktivitas perusahaan meningkat
- 3) Saving, mengurangi biaya atau pengeluaran yang berkaitan dengan berbagai fungsi perusahaan, sehingga beban perusahaan menjadi lebih hemat.
- 4) Quality : Meningkatkan kualitas perusahaan, baik dari segi produk maupun pelayanan
- 5) Mengurangi waktu pemrosesan, mengurangi waktu produksi. Dengan waktu produksi yang lebih singkat, maka lebih banyak produk yang dihasilkan.

Organisasi bisnis harus memahami bahwa setiap aktivitas memiliki sistem yang berfungsi dan sumber daya untuk mendukungnya.

## **E. Strategi Umum Dalam Manajemen Operasional**

Beberapa strategi didalam manajemen operasional ialah :

### **1. Lean Manufacturing**

Lean Manufacturing adalah metodologi yang berfokus pada meminimalkan pemborosan dan faktor (nilai pelanggan) yang tidak menambah nilai atau nilai produk kepada pelanggan. Istilah ini sendiri adalah sebagai berikut: Waktu Produksi, Siklus Pengembangan Produk (SDLC), Pemborosan Biaya Bisnis dan Sistem Manufaktur Produk, Penggunaan Saluran Transportasi dan Distribusi yang Tidak Perlu, Kelebihan Stok (Manajemen Persediaan), Pengalihan Pekerjaan, Peralatan dan Mesin yang Tidak Diperlukan, Pemborosan Produk. Proses yang berlebihan untuk menghasilkan produk yang rusak atau tidak sesuai memerlukan upaya dan biaya tambahan untuk memperbaikinya. Kami telah berhasil menerapkan strategi lean manufacturing untuk mengurangi biaya, meningkatkan kualitas, dan meningkatkan daya saing perusahaan. Strategi ini awalnya diterapkan oleh Toyota dan dikenal dengan Toyota Production System "TPS". membuka Ini adalah metode dan metode yang digunakan Toyota

untuk menghasilkan dan menambah nilai bagi pelanggannya.

TPS adalah sistem produksi yang berfokus pada kontrol kuantitas untuk mengurangi biaya dengan menghindari pemborosan ketika proses dan kualitas produk terintegrasi penuh dan berlanjut setelah perbaikan terus menerus dan konsisten.

Ada lima prinsip Lean, yaitu:

- a) Mengidentifikasi nilai produk dari sudut pandang pelanggan
- b) Identifikasi pemetaan aliran nilai untuk setiap produk.
- c) Menghilangkan pemborosan non-aditif dari semua aktivitas di sepanjang aliran nilai.
- d) Menggunakan sistem tarikan untuk memastikan bahwa bahan, informasi, dan produk mengalir lancar dan efisien dalam proses aliran nilai.
- e) Pencarian berkelanjutan untuk alat dan teknik perbaikan untuk mencapai keunggulan perbaikan berkelanjutan.

Lean juga dapat diterapkan pada perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa. Kedua perusahaan tersebut menyebut Lean Company dan merupakan bagian dari Lean Production. Implementasi proses bisnis lean membutuhkan teknologi informasi yang terintegrasi. Misalnya, sistem ERP (Enterprises Resource Planning) atau sistem RFID (Radio Frequency Identification) dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dan efisiensi perusahaan jika diterapkan dengan benar dalam implementasi strategi.

## 2. Six Sigma

Teknik Six Sigma Strategi manajemen operasional adalah metode untuk meningkatkan kinerja bisnis dengan mengacu pada manajemen proses data. Di mana statistik kurva Bell dan manajemen proyek dan analisis keuangan perusahaan (benchmarking bisnis) dihitung untuk mengurangi kemungkinan kesalahan produksi perusahaan? Six Sigma memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan semangat dan kinerja karyawan (aktivasi karyawan), komunikasi internal perusahaan (komunikasi korporat), dan keterlibatan karyawan. Selain Six Sigma, perusahaan juga dapat menggunakan metode serupa seperti Porter's Five Forces, Total Quality Management, Business Life Cycle Management, Zero Defect dan sebagainya.

Perusahaan terkemuka yang mengoperasikan program Six Sigma termasuk Motorola, GE, Allied Signal, IBM, DEC, Texas Instruments, Sony, Kodak, Nokia dan Philips Electronics. Dua metode utama Six Sigma adalah DMAIC (Tentukan, Ukur, Analisis, Tingkatkan, Kontrol) dan DMADV (Tentukan, Ukur, Analisis, Desain, Validasi).

Bob Galvin dan insinyur Motorola mengembangkan Six Sigma pada pertengahan 1980-an. Lean Six Sigma adalah kombinasi dari konsep Lean Process dan Six Sigma. Salah satu cara untuk menggabungkan kedua metode tersebut adalah dengan mengintegrasikan konsep Lean Process dengan alat Six Sigma. yaitu H. Menentukan, Mengukur, Menganalisis, Meningkatkan, Mengontrol (DMAIC).

## **PERKEMBANGAN E-COMMERCE**

Di antara semua sektor yang terpengaruh oleh keberadaan Internet, sektor perusahaan adalah salah

satu yang paling terpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi informasi dan berkembang pesat. Transaksi muncul melalui media Internet, yang menghubungkan produsen dan konsumen. E-commerce memberikan lapangan pekerjaan yang sama dan kesempatan bagi semua orang di seluruh dunia untuk bersaing dan berkembang di dunia maya. Dengan pesatnya perkembangan e-commerce di seluruh dunia, segmentasi pelanggan online menarik perhatian baik pebisnis maupun akademisi. Perkembangan bisnis online di Indonesia tidak terlepas dari pesatnya pertumbuhan pengguna mobile dan internet selama lima tahun terakhir. Sementara itu, pemerintah terus mendorong operator seluler dan perusahaan internet untuk menurunkan seluruh biaya transaksi yang dibebankan kepada konsumen. Hal itu menyebabkan bisnis online adalah pilihan pengusaha modern. Perdagangan elektronik biasanya dilakukan oleh pebisnis melalui situs web. Penyebaran situs ini banyak berkaitan dengan keunggulan transmisi informasi, yang tidak dibatasi oleh ruang atau waktu. Situs belanja online (Herman, 2018) mendorong perubahan besar dalam kebiasaan berbelanja dalam kehidupan masyarakat saat ini, terutama mereka yang aktif menggunakan internet. Dengan munculnya internet, konsumen tidak lagi harus pergi ke titik pembelian secara langsung, tetapi cukup mengunjungi situs web yang menawarkan pembelian dan penjualan online. Selain itu, pembeli dapat mengirim uang ke penjual.

Menurut David Baum, definisi e-commerce yang terstandarisasi dan disepakati adalah: E-commerce adalah pertukaran barang, jasa, dan informasi secara elektronik, dan serangkaian teknologi dinamis, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan komunitas tertentu melalui e-commerce. WEA-Commerce adalah proses jual beli jasa dan produk antara dua perusahaan melalui Internet (Commerce-Net), dan merupakan jenis mekanisme e-commerce yang berfokus pada personal commerce yang menggunakan Internet sebagai media pertukaran komoditas. dan layanan, agen, atau individu.

Faktor terpenting dalam perdagangan online adalah kepercayaan atau konsumsi konsumen. Tuan dan Ecommerce (Tuanku) bertemu dengan apa yang ada di sana, tuannya memilikinya dan tuannya bertemu dengan tuan dan tuannya, dan tuannya setuju. Faktor terpenting ketika memulai bisnis online adalah ketersediaan dan transparansi sistem, yang terus diperbarui secara langsung ketika transaksi antara pembeli dan penjual terjadi. Maka dari itu, ketika memulai bisnis e-commerce, strategi yang paling efektif untuk membangun hubungan kerja dengan pelanggan adalah berhati-hati dalam kejujuran untuk mendapatkan kepercayaan dari pihak pembeli.

Bisnis e-commerce mempunyai beberapa karakteristik atau macam-macamnya sebagai berikut:

#### 1. Business to Customer (B2C)

Karakteristik yang pertama ini mempunyai pengertian bahwa suatu perusahaan atau pemilik bisnis melakukan penjualan produknya langsung kepada konsumen atau pelanggannya yang menjadi klien terakhir. Biasanya B2C ini menggunakan perantara secara online, perantara yang digunakan adalah platform digital yang menyediakan jasa antar barang dari produsen atau suatu perusahaan kepada konsumen secara langsung.

Jenis ini sudah lama dilakukan oleh banyak perusahaan atau pemilik bisnis. Contohnya seperti ketika sedang membeli makanan di sebuah Resto menggunakan jasa layanan ojek yang dipesan melalui online.

#### 2. Business to Business (B2B)

Karakteristik yang kedua ini merupakan bisnis yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bersedia menjadi pihak pemasok bahan baku belum jadi untuk kebutuhan produksi suatu perusahaan lain agar menjadi produk jadi, hal tersebut bertujuan untuk terus berjalannya suatu bisnis perusahaan.

Salah satu contoh penerapan bisnis secara B2B adalah perusahaan konveksi yang memproduksi produk baju membutuhkan stock bahan baku dari perusahaan benang untuk dijadikan baju atau produk jadi.

#### 3. Customer to Customer (C2C)

Karakteristik yang ketiga adalah C2C yang artinya suatu penjualan yang dilakukan dari seorang konsumen sebagai rekan dari suatu bisnis menjual produk kepada konsumen lainnya.

Contoh bisnis yang menerapkan C2C adalah aplikasi Shopee. Dimana seorang konsumendari Shopee menjadi salah satu anggota didalamnya untuk memamerkan produk jualannya langsung kepada konsumennya.

#### 4. Mobile Commerce

Mobile Commerce merupakan suatu bisnis yang melakukan penjualan barang atau jasanya melalui telepon atau ponsel, laptop, dan lain-lain untuk memberikan fasilitas atau kemampuan transaksi perdagangan. Hal lain seperti melakukan pembayaran melalui ponsel atau smartphone juga dapat menjadi contoh penerapan dari karakteristik e-commerce yang biasa disebut dengan Mobile Commerce.

#### 5. Social Commerce

Social Commerce atau Commerce Sosial disini berarti suatu usaha bisnis yang dilakukan dengan cara menjual produk atau jasanya melalui media sosial.

Contoh penerapan Social Commerce biasanya terdapat pada aplikasi atau platform digital dari Facebook, Instagram, Tiktok yang menyediakan layanan rangkap atau double yaitu penyedia layanan sosial untuk bersosialisasi melalui internet dan layanan penjualan suatu barang atau jasa melalui internet.

Salah satu keuntungan dari e-commerce dibandingkan penjualan tradisional adalah memperpendek saluran distribusi dengan mengurangi saluran distribusi e-commerce, perusahaan telah meningkatkan keefisiensi dan produktivitas. Usaha Kecil Dan Menengah (UKM), terutama yang memiliki modal terbatas, dapat berdagang atau menjual langsung dengan produsen dan pemasok bahan baku. Selain itu, adapun beberapa pengaruh positif dari perkembangan e-commerce bagi perusahaan dalam operasionalnya. Berikut pengaruh-pengaruh positif tersebut:

##### 1. Berkurangnya Anggaran Proses Produksi

Melakukan kegiatan dagang atau berkomunikasi dengan konsumen melalui internet atau platform digital secara langsung mampu mengurangi penggunaan kertas dan pengeluaran telepon berlebih, banyaknya SDM atau karyawan produksi, ruangan gedung yang terhitung luas, tidak begitu membutuhkan toko offline atau outlet untuk sekedar menjadi tempat memamerkan produk, dan lain-lain.

##### 2. Memotong Siklus Produk dan Manajemen Pemasokan

Seorang produsen dapat melakukan pemesanan bahan kebutuhan pokoknya atau produk pemasok jika pesanan dari konsumennya masuk saja, hal tersebut memberikan dampak lebih cepatnya pemutaran barang sehingga tidak membutuhkan gedung atau ruangan yang luas untuk penyimpanan barang penjualan.

##### 3. Tidak Ada Batasan Waktu dalam Pengoperasian

Suatu perusahaan tidak perlu menutup kegiatan penjualannya karena usaha yang dilaksanakan melalui internet atau platform digital dapat diakses selama 24 jam penuh dalam 7 hari setiap Minggu.

##### 4. Meningkatkan Jasa Layanan yang Lebih Baik

Dalam dunia bisnis yang dilakukan melalui internet pasti menyajikan kolom komentar atau tempat atau ruang untuk kebebasan konsumen dalam mengekspresikan keluhan, saran, serta kebutuhannya masing-masing sekaligus. Dengan begitu, suatu perusahaan dapat menginovasikan produknya sesuai dengan permintaan konsumen-konsumennya. Hal ini berkaitan dengan pelayanan yang lebih baik dari suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan para konsumennya.

5. Memangkas pemakaian kertas pada beberapa kegiatan bisnis berupa bagian design, implementasinya, pengemasan, pengantaran, penyaluran, sampai dengan pemasaran.

Menurut Agung (2015), adapun beberapa pengaruh negatif e-commerce bagi masyarakat yaitu, antara lain:

1. Jika pesanan konsumen rusak bisa dibatalkan atau dicancel dan akan mengalami kerugian seperti biaya pengiriman dan biaya pengemasan. Hal ini dapat menyebabkan kerugian bagi pelaku usaha.
2. Kerugian finansial langsung karena penipuan. Penipuan mentransfer uang dari satu akun ke akun lain atau dia melakukan atau mengganti data keuangan yang ada.
3. Perampasan informasi yang rahasia. Ancaman ini bisa memaparkan semua informasi rahasia ini kepada semua orang yang tidak berkeperluan serta dapat merugikan para target.
4. Kehilangan peluang bisnis karena gangguan layanan. Kesalahan ini adalah kesalahan non- teknis seperti pemadaman listrik secara mendadak.
5. Penggunaan akses ke sumber daya oleh pengguna yang tidak sah. Salah satunya yaitu hacker yang berhasil membobol sistem perbankan. Dia kemudian memindahkan beberapa akun rekening orang lain ke akun rekeningnya sendiri.
6. Hilangnya kepercayaan konsumen. Hal ini karena ada beberapa unsur – unsur seperti upaya yang disengaja dari orang lain. Hal tersebut merupakan upaya untuk merusak reputasi perusahaan.
7. Kegagalan yang tidak disangka. Yang dikarenakan oleh ancaman yang dilakukan dengan terencana, tidak jujur, tidak tepat, faktor manusia yang lalai serta kesalahan sistem karena gangguan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa di era globalisasi saat ini, manajemen operasi terus menjadi topik dan penelitian yang menarik bagi para akademisi dan profesional industri baik manufaktur maupun industrialisasi. Hal ini penting mengingat aspek manajemen operasi inilah yang menggerakkan bisnis. Pentingnya manajemen operasional dalam suatu perusahaan, karena kegiatan utamanya adalah pengelolaan seluruh sumber daya yang ada. Mengelola hal ini membutuhkan pemimpin dalam struktur organisasi yang memiliki wewenang dan tanggung jawab yang jelas untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan dengan menghasilkan barang dan/atau jasa berkualitas tinggi dengan biaya produksi yang paling efisien dan efektif, serta memberikan rasa puas kepada konsumen/pelanggan masing-masing.

Manajemen operasional merupakan sebuah tahap atau langkah produksi menggunakan cara pengubahan dari data masuk menjadi data keluar. Manajemen operasi juga dapat diartikan sebagai pengefisiensi dan pengefektifan sebuah kegiatan mengolah dan megorganisasikan pemakaian sumber daya dalam usaha produksi atau penginovasian manfaat atau kegunaan dari suatu produk. Pengertian *e-commerce* adalah sistem pemasaran atau penggunaan internet, website, dan aplikasi mobile serta browser yang digunakan pada perangkat mobile untuk melakukan transaksi. Secara formal juga dapat melibatkan kegiatan bisnis antara organisasi dengan individu. Menurut pernyataan lain, perdagangan elektronik adalah penggunaan Internet dan komputer yang dilengkapi dengan browser web untuk membeli dan menjual produk. Sebagian besar e-commerce adalah bisnis ke bisnis daripada bisnis ke konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, K. A. (2023). Penerapan Manajemen Operasional. *Manajemen Operasi Pada Perusahaan*, 39.
- Anggaranie, G., & Indonesia, J. C. S. C. (2017). Perkembangan E-Commerce Beserta Klasifikasinya.
- Anugrah, R. G., Djodjobo, C. V., & Rizza, F. (2022). Pola Kerja Kemitraan Di Era Ekonomi Berbagi (Studi Kasus Logistik E-Commerce Di Pt. X). *Cemerlang: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 230-243.
- Ariwibowo, D. P. J., & Nugroho, M. A. (2013). Pengaruh Trust Dan Perceived Of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 11-35.
- Dianari, R. G. F. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Bina Ekonomi*, 22(1), 43-62.
- Ikhsan, M., & Hasan, M. (2020). Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Makassar. *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship Studies*, 1(1), 39.
- Kristanto, H., Tamsi, T., & Cuandra, F. (2022). Penerapan Manajemen Operasional Dalam Meningkatkan Kinerja Di Apple, Inc. *YUME: Journal Of Management*, 5(3), 84-96.
- Ratama, N., & Mulyati, S. (2022). Sosialisasi Penggunaan Ecommerce Dalam Perkembangan Bisnis Di Era Digital. *Abdi Jurnal Publikasi*, 1(1), 6-12.
- Wirapraja, A., & Aribowo, H. (2018). Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga Sustainability Bisnis. *Teknika*, 7(1), 66-72.