

# Pengaruh Manajemen Operasi di Era Digital Terhadap Penjualan Pada E-Commerce

Hanie Supandi\*

<sup>1</sup> Magister Manajemen, Universitas Pamulang, Indonesia

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

Korespondensi Penulis: [hanie.djay@gmail.com](mailto:hanie.djay@gmail.com)

**Abstract.** *Operations are defined as activities that manage production factors and create value-added products through the transformation process. However, to remain competitive in an increasingly dynamic market, e-commerce companies must optimize their operations, particularly in the areas of logistics, inventory, and customer service management. This is evidenced by the growing ease with which people can meet their needs, especially with the presence of modern marketplaces throughout society. The research method used is literature research, which focuses on the collection and analysis of secondary data from various relevant sources. The sources of information used in this context include books, journal articles, research reports, and other relevant documents. In addition, the collected data will be analyzed systematically to identify patterns, trends, and gaps in previous research. Operational management of e-commerce in Indonesia faces various complex challenges. One of the main issues is related to logistics and delivery. Inadequate infrastructure in various regions, especially remote areas, results in longer delivery times and significantly increased logistics costs. Furthermore, inventory management is also a major issue. Operational management of e-commerce sales encompasses several structural or regulatory aspects, operational aspects, and operational management systems.*

**Keywords:** *Operation, Management, E-Commerce*

**Abstrak.** Operasi didefinisikan sebagai aktivitas yang mengelola faktor produksi dan menciptakan produk bernilai tambah melalui proses transformasi. Namun, untuk tetap kompetitif di pasar yang semakin dinamis, perusahaan e-commerce harus mengoptimalkan operasionalnya, terutama di bidang logistik, inventaris, dan manajemen layanan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan semakin mudahnya masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, terutama dengan hadirnya pasar modern di seluruh masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data sekunder dari berbagai sumber literatur yang relevan. Sumber informasi yang digunakan dalam konteks ini antara lain buku, artikel jurnal, laporan penelitian, dan dokumen relevan lainnya. Selain itu, data yang dikumpulkan akan dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi pola, tren, dan kesenjangan dalam penelitian sebelumnya. Manajemen operasional e-commerce di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang kompleks. Salah satu masalah utama menyangkut logistik dan pengiriman. Infrastruktur yang belum memadai di berbagai daerah, terutama daerah terpencil, membuat waktu pengiriman menjadi lebih lama dan biaya logistik meningkat secara signifikan. Selain itu, manajemen inventaris juga merupakan masalah utama. Pengelolaan operasional penjualan e-commerce mencakup beberapa aspek struktural atau regulasi, aspek operasional, dan sistem manajemen operasional.

**Kata kunci:** Operasi, Manajemen, E-Commerce

## 1. LATAR BELAKANG

Bisnis diartikan sebagai kegiatan pengelolaan faktor-faktor produksi untuk menciptakan produk (barang atau jasa) yang bernilai tambah melalui proses transformasi. Istilah "manajemen" mengacu pada konsep regulasi dengan penekanan pada efisiensi, dan istilah "operasi" mengacu pada proses perubahan dengan penekanan pada nilai tambah. Dengan meningkatnya akses internet dan perubahan perilaku belanja konsumen, e-commerce berkembang pesat di Indonesia (Benny, 2023).

Namun, untuk tetap kompetitif di pasar yang semakin dinamis, perusahaan e-commerce harus mengoptimalkan operasionalnya, terutama di bidang logistik, inventaris, dan manajemen layanan pelanggan. Strategi manajemen operasi yang efektif adalah kunci untuk meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan memenuhi harapan pelanggan. Perkembangan ekonomi modern berkembang pesat (Azzamani & Jakarta, 2023). Hal ini terlihat dari kemudahan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, terutama dengan hadirnya pasar modern di seluruh masyarakat. Namun keberadaan pasar modern ini mengarah pada kemampuan pedagang awam.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Menurut (Pramesti et al., 2023), era digital telah mengubah lanskap operasional dan manajemen dalam produksi barang dan jasa, menekankan efisiensi dan penggunaan sistem digital yang canggih. Sistem digital lebih unggul dibandingkan sistem analog karena dapat mengatasi gangguan sinyal dan memberikan hasil yang lebih jelas, akurat, dan instan. E-commerce, atau penggunaan Internet dan Web untuk transaksi bisnis, mempunyai banyak bentuk, termasuk B2B, B2C, C2C, peer-to-peer, dan mobile commerce. Meskipun dampak positif e-commerce mencakup sumber pendapatan baru, peningkatan pemasaran, dan penurunan biaya operasional, hal ini juga membawa dampak negatif seperti potensi hilangnya pekerjaan karena otomatisasi dan gangguan layanan. Manajemen operasi memegang peranan penting dalam pengelolaan sumber daya manusia, produksi, dan peningkatan kualitas produk dan layanan di era globalisasi. E-commerce yang berkembang pesat dengan penyebaran Internet telah mengubah paradigma bisnis, menguntungkan penjual dan pembeli. Berbagai fitur e-commerce, seperti advertising/posting/advertising, pusat perbelanjaan online, dan toko media sosial online, menjadi bagian integral dari perkembangan ini. E-commerce terus berkembang di Indonesia, dan jumlah penggunaanya diperkirakan akan terus meningkat hingga tahun 2023. Volume transaksi e-commerce juga meningkat, namun tantangan keamanan dan privasi masih tetap ada. Dengan demikian, era digital telah mengubah mekanisme operasional dan manajemen, menjadikan e-commerce sebagai tren yang berkembang dengan potensi dampak positif dan negatif. Manajemen operasional yang efisien dan pemahaman terhadap perkembangan e-commerce adalah kunci sukses dalam lingkungan bisnis yang selalu 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 teknologi dan komunikasi, masyarakat khususnya komunitas muslim mengalami perubahan pola pikir mengenai penggunaan media online. Hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah pembeli dan penjual yang melakukan transaksi secara online, mulai dari menawarkan produk, memasarkan hingga menyelesaikan transaksi. Indonesia mempunyai potensi besar untuk pengembangan e-commerce. Namun mengingat Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, maka perlu memperhatikan kaidah syariat Islam dalam berinteraksi dengan orang lain. Karena perdagangan elektronik terjadi melalui komputer dan jaringan, beberapa kondisi harus dipertimbangkan lebih lanjut untuk memastikan keabsahan transaksi.

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data sekunder dari berbagai sumber literatur yang relevan. Sumber informasi yang digunakan dalam konteks ini antara

lain buku, artikel majalah, laporan penelitian, dan dokumen lain mengenai manajemen bisnis, e-commerce, dan strategi optimalisasi di Indonesia. Pemilihan literatur didasarkan pada relevansi dan keandalan sumber, memberikan preferensi pada publikasi yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman strategi dan tantangan manajemen operasional dalam industri e-commerce. Langkah pertama dari metode ini adalah mengidentifikasi topik utama yang akan dipelajari: strategi manajemen operasi dalam e-commerce (Sitanggang et al., 2023). Data yang dikumpulkan akan dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi pola, tren, dan kesenjangan pada penelitian sebelumnya. Analisis ini akan digunakan untuk merumuskan strategi yang tepat terkait e-commerce di Indonesia. Kami berharap hasil tinjauan literatur ini dapat memberikan wawasan komprehensif tentang cara mengoptimalkan manajemen operasi untuk meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan e-commerce di pasar yang terus berkembang. Metode penelitian kepustakaan ini memungkinkan peneliti untuk mengembangkan 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, pengarahan, dan pengawasan terhadap upaya anggota suatu organisasi atau kelompok untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen dikatakan sebagai seni yang dilakukan untuk melakukan sesuatu, dan manajemen dianggap fungsional dan bebas nilai (M. Karebet 2003,13).

Konsep dasar manajemen dibagi menjadi tiga kategori. Yang pertama adalah ruang lingkup manajemen, yang mempengaruhi semua bidang masyarakat, termasuk pemerintahan, perdagangan, dan industri. Kedua unsur dan fungsi manajemen tersebut serupa dengan unsur dan fungsi manajemen. Sikap manajemen yang ketiga adalah "memaksimalkan keuntungan", dan kami adalah perusahaan yang terus mengejar pertumbuhan laba dan mempertahankan laba tersebut secara berkelanjutan. (M. Karebet 2003, 13).

Manajemen operasional e-commerce di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang kompleks. Salah satu masalah utama menyangkut logistik dan pengiriman. Infrastruktur yang belum memadai di berbagai daerah, terutama daerah terpencil, membuat

waktu pengiriman menjadi lebih lama dan biaya logistik meningkat secara signifikan. Situasi ini tidak hanya menimbulkan hambatan besar dalam upaya meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan, namun juga menimbulkan tantangan besar dalam pengelolaan inventaris. Ada beberapa aspek yang berkaitan erat dengan manajemen operasi, yaitu:

- a. Aspek Struktural Aspek Regulasi. Ini adalah bagian-bagian yang membentuk aktivitas yang berinteraksi dengan sistem operasi.
- b. Aspek Operasional Aspek yang berkaitan dengan pengelolaan dan pengorganisasian seluruh komponen struktural dan interaksinya, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan perbaikan untuk mencapai kinerja optimal.
- c. Sistem Manajemen Operasi Memperhatikan aspek lingkungan, perkembangan dan tren yang berkaitan erat dengan lingkungan hidup. 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 :

1. Aspek structural atau Aspek Regulasi
2. Aspek Operasional
3. Sistem Manajemen Operasi

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

## **6. 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. <https://journal.maranatha.edu/index.php/jutisi/article/view/1484>