

## **Analisis Keterlibatan *E-Commerce* Amazon.com dalam Meningkatkan Aktivitas Perdagangan Internasional**

**Atika Suryani<sup>1</sup>, Anggi Dalma Putri<sup>2</sup>, Aditya Larossy<sup>3</sup>, Tessa Aulia Putri<sup>4</sup>, Fitri Ayu Nofirda<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Riau

e-mail: [220304018@student.umri.ac.id](mailto:220304018@student.umri.ac.id)<sup>1</sup>, [220304003@student.umri.ac.id](mailto:220304003@student.umri.ac.id)<sup>2</sup>,  
[220304084@student.umri.ac.id](mailto:220304084@student.umri.ac.id)<sup>3</sup>, [220304083@student.umri.ac.id](mailto:220304083@student.umri.ac.id)<sup>4</sup>,  
[fitriayunofirda@umri.ac.id](mailto:fitriayunofirda@umri.ac.id)<sup>5</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini menganalisis keterlibatan *E-Commerce* Amazon.Com dalam meningkatkan aktivitas perdagangan internasional yang berfokus pada keterlibatan *E-Commerce*, *platform* Amazon.com, dan perdagangan internasional. Untuk metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Tinjauan Literatur sebagai sumber dari hasil penelitian berasal dari artikel ilmiah, buku atau penelitian terdahulu. Adapun hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan *E-Commerce* Amazon.Com dalam aktivitas perdagangan internasional dapat berkontribusi membantu, memberi dampak serta dapat membentuk harmonisasi antar negara. Amazon.com juga merupakan *platform E-Commerce* yang memberikan kemudahan akses untuk kemudahan transaksi antar negara. Kesimpulannya adalah bahwa keterlibatan *platform* Amazon.com ini banyak memberikan dampak bagi bisnis dan konsumen untuk beraktivitas di dalam perdagangan internasional.

**Kata kunci:** *Amazon.Com, E-Commerce, Perdagangan Internasional*

### **Abstract**

This research analyzes Amazon.Com's E-Commerce involvement in increasing international trade activities focusing on E-Commerce involvement, the Amazon.com platform, and international trade. The method used in this analysis is the Literature Review method where the source of the research results comes from scientific articles, books or previous research. The results of this research analysis show that Amazon.Com's E-Commerce involvement in international trade activities can contribute to help, have an impact and can form harmonization between countries. Amazon.com is also an E-Commerce platform that provides easy access for easy transactions between countries. The conclusion is that the involvement of the Amazon.com platform has a lot of impact on businesses and consumers for activities in international trade.

**Keywords :** *Amazon.Com, E-Commerce, International Trade*

### **PENDAHULUAN**

Manusia sebagai makhluk sosial, terkait sosial yang dimaksud ialah tentang ketergantungan kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Termasuk dalam kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi merupakan sebuah hal penting yang dilakukan oleh manusia. Abraham Maslow (dalam Tindagen,2020) berpendapat, melalui penggarapan seluruh sumber daya ekonomi yang tersedia berdasarkan teori dan prinsip-prinsip sistem ekonomi yang dianggap efisien dan efektif, bidang keilmuan ekonomi mampu memberikan solusi atas tantangan yang dihadapi umat manusia.

Dengan berkembangnya zaman, manusia memiliki banyak kebutuhan baik itu primer, maupun sekunder. Dengan kebutuhan yang beragam pula, tidak semua tersedia secara instan dan mudah ditemui. Seringkali barang yang diinginkan tidak ditemukan di sekelilingnya atau juga variasi barang yang di inginkan hanya dapat ditemukan di tempat yang jauh dari jangkauan. Ini juga tentang keterbatasan jangkauan jarak dan komunikasi, contohnya seperti salah satu warga negara Indonesia membeli sebuah barang elektronik di negara lain. Tanpa adanya sebuah perantara seperti *platform* yang menjadi pihak ketiga dari aktivitas jual dan beli, kegiatan tersebut akan terhambat dan membuat aktivitas perdagangan tidak secara maksimal berlangsung. Menurut Avriyanti (2020), akses tak terbatas adalah manfaat lain dari *e-commerce*. Jika sebuah perusahaan memiliki situs web, pelanggan dapat melihat informasi dari Lokasi mana pun di seluruh dunia selama ada konektivitas internet. Kemungkinan untuk mendapatkan penghasilan meningkat seiring dengan frekuensi kunjungan ke alamat tersebut.

Di era globalisasi ini, perdagangan internasional menjadi acuan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan bangsa. Amazon.com sebagai *platform* besar telah menjadi tokoh utama yang merubah interaksi bisnis dan konsumen. Memberikan gerbang bagi pasar global untuk jutaan penjual dan pembeli di seluruh dunia.

Amazon.com merupakan sebuah *platform E-Commerce* terbesar yang berada di Amerika Serikat. Menurut Berg dan K.Miya (dalam Hizbandiyah et al. 2023), Amazon.com, sebuah Perusahaan raksasa *E-Commerce* yang didirikan oleh Jeff Bezos pada tahun 1994, telah menjadi salah satu Perusahaan terbesar dan paling banyak berpengaruh di dunia. Menurut Himawan (dalam Fitria et al., 2023), Amazon.com telah menjadi salah satu Perusahaan dengan penjualan terbesar di dunia. Selain itu, Amazon.com juga telah mendapatkan peningkatan efisiensi dan produktivitas. Hal ini membuktikan bahwa amazon sangat mengutamakan pelayanan pelanggan dengan penuh kejujuran dan membuat konsumen merasa dekat dan semakin percaya pada website ini karena kualitas hubungan yang diberikan sangat baik. Amazon.com merupakan objek penelitian penulis dalam melihat hubungan *platform* tersebut dengan partisipasinya yang dapat membuat aktivitas perdagangan internasional berlangsung secara maksimal.

Amazon.com ini juga salah satu website yang terlibat secara langsung dalam perdagangan internasional. Perdagangan internasional sendiri merupakan kegiatan jual dan beli baik itu barang atau jasa yang melibatkan antar negara. Menurut Ristiyanti et al. (2022), perdagangan internasional sebagai aktivitas jual beli barang atau jasa yang dapat mempengaruhi hubungan ekonomi antar negara dari aktivitas tersebut.

Penulis berharap dalam karya ilmiah ini dapat melihat keterlibatan *platform E-Commerce* Amazon.com terhadap perdagangan Internasional. Salah satunya seperti perkembangan dalam kegiatan perdagangan internasional.

### **E-Commerce**

Menurut Irawati dan Irawan (2021), pembelian dan penjualan secara elektronik melalui media online biasa disebut sebagai *e-commerce*. *E-commerce* juga dapat didefinisikan sebagai proses menjalankan bisnis melalui penggunaan teknologi elektronik, yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan masyarakat melalui transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang, jasa, dan informasi secara elektronik. Karena manfaat yang ditawarkan jaringan internet, sebagian besar orang lebih memilih untuk menggunakannya saat melakukan perdagangan elektronik.

*E-Commerce* adalah singkatan dari Electronic Commerce yang merupakan sistem pemasaran secara atau dengan media elektronik. *E-commerce* banyak mencakup tentang distribusi pembelian jual beli secara online. *E-commerce* bukanlah jasa atau barang yang digunakan, tetapi *e-commerce* merupakan tempat atau *platform* berbentuk jaringan komputer yang di lakukan dengan sistem elektronik internet atau jaringan komputer lainnya. Dengan *e-commerce* kita dapat menjangkau pasar online secara luas bahkan secara internasional. Dengan *e-commerce* dapat memberikan kita penawaran untuk mengakses toko online dimanapun dengan ribuan produk, dengan berbagai kemudahan pemesanan mulai dari pengiriman hingga metode pembayaran.

*E-commerce* dapat mempermudah semua kegiatan pemasaran dan menghemat biaya operasional untuk semua kegiatan jual beli untuk kegiatan perdagangan.

Proses yang dilalui di dalam *e-commerce* antara lain adalah :

- a. Membuat situs web untuk mempresentasikan barang dan jasa secara elektronik
- b. Kesempatan untuk memesan dan membayar tagihan secara langsung
- c. Mengotomatisasi akun pelanggan dengan cara yang aman, termasuk nomor rekening dan nomor kartu kredit
- d. Memproses pembayaran dan transaksi secara online

### **Jenis-jenis E-Commerce**

*E-Commerce* dapat dibagi menjadi beberapa jenis seperti berikut :

#### **1. Business -to-Business (B2B)**

Jenis ini melibatkan transaksi antara perusahaan dengan perusahaan yang lain. Semua pertukaran dan transaksi elektronik yang melibatkan produk atau layanan termasuk dalam kategori *e-commerce* ini. Kedua belah pihak yang terlibat dalam transaksi ini memiliki kepentingan bisnis yang sama. Keduanya saling mengerti dan paham tentang bisnis yang mereka jalankan.

#### **2. Business-to-Customer (B2C)**

Jenis ini dijalankan antara pelaku bisnis atau Perusahaan terkait dengan konsumen. Jenis *e-commerce* ini merupakan jenis yang paling sering dan umum untuk di pahami. Dimana pelaku bisnis menjualkan produk atau jasa kepada konsumen melalui *platform* online.

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

Di Dalam jenis ini, memungkinkan konsumen untuk dapat berinteraksi dan berbisnis dengan konsumen yang lainnya. *Platform* ini membantu komunitas dan keterlibatan di antara para pengguna dengan mempromosikan berbagi minat, ulasan produk, dan sikap saling membantu di antara para pengguna. Dengan kata lain, seseorang dapat menjual produk atau jasanya kepada orang lain.

#### **4. Customer-to-business (C2B)**

Dalam jenis ini, konsumen memberitahukan kebutuhan atas suatu produk atau jasa tertentu, dan para pemasok bersaing untuk menyediakan produk atau jasa tersebut ke konsumen. Konsumen dapat memberitahukan produk atau jasa dengan harga yang disesuaikan, dan pemasok dapat menyediakan serta memenuhi kebutuhan tersebut

#### **5. Business-to-Public Administration (B2A)**

Jenis ini merupakan transaksi yang terjadi antara pemasok atau bisnis dengan badan pemerintahan. Pemasok menyediakan produk atau jasa kepada pemerintah untuk menunjang bermacam kegiatan operasional.

### **E-Commerce Amazon.Com**

Penjualan produk atau layanan secara online juga bisa disebut sebagai perdagangan elektronik berbasis internet. Metode perusahaan tradisional diubah secara digital untuk memungkinkan pelanggan menelusuri dan membeli barang secara online dari manapun dan kapanpun.

*Platform e-commerce* memberikan sejumlah manfaat, termasuk proses pembelian yang lebih cepat, biaya yang lebih rendah, fleksibilitas pelanggan, perbandingan produk dan harga, waktu reaksi yang lebih cepat terhadap permintaan, respons yang lebih cepat terhadap permintaan pembeli atau pasar, dan berbagai metode pembayaran. Selain itu, *e-commerce* memainkan peran penting dalam perekonomian di suatu negara. Termasuk perkembangan zaman yang pesat membuat masyarakat berfikir keras untuk melakukan dan menjangkau kebutuhan tanpa harus membuang waktu dan tenaga mereka.

Salah satu *e-commerce* yang terkenal adalah Amazon. *Website* yang berbasis di Seattle, Washington ini didirikan pada tahun 1994 oleh Jeffrey P. Bezos. Nama *website* ini terinspirasi dari Sungai Amazon yang merupakan Sungai terbesar di dunia. Sesuai dengan maknanya, pendiri *website* ini bertekad bahwa Perusahaan Amazon dapat menjadi

Perusahaan terbesar dan dikenal di seluruh dunia. Situs ini resmi diluncurkan pada bulan Juli 1995.

Pada awal berdiri, Amazon hanya sebuah pasar online yang menjualkan buku. Tetapi Amazon dapat memvariasikan produk yang ia jual, seperti *DVD*, *CD*, *Software*, *video game*, barang elektronik, perlengkapan, *furniture*, makanan, mainan, maupun perhiasan.

Menurut Yuhdadi (2019), Amazon.com memberikan penekanan yang sama pada layanan pelanggan dan produk yang tersedia. Situs web Amazon.com yang "*user friendly*" dan mempunyai banyak fitur serta website yang berpadu untuk menciptakan pemasok yang unik dengan fitur seperti ulasan produk dan rekomendasi produk terkait. Dari segi tampilan, Amazon.com memiliki tampilan yang lebih luas dan mewah yang memberikan kesan menyeluruh.

*Platform e-Commerce* ini memiliki peran penting dalam meningkatkan perdagangan internasional dengan fungsinya dan jangkauan pasar yang luas. Amazon.com menyediakan *platform* online yang dapat menghubungkan banyak produsen dari lintas negara dengan jutaan pembeli di seluruh dunia.

### **Perdagangan Internasional**

Salah satu pembicaraan yang paling umum dalam konteks ekonomi suatu negara adalah tentang pertumbuhan ekonomi. Selain itu, ada juga pembahasan mengenai kemiskinan, pemerataan pendapatan, inflasi, pengangguran, dan kenaikan harga barang secara simultan, dan lain-lain. Dalam konteks perekonomian suatu negara, pertumbuhan ekonomi menjadi penting karena meskipun permasalahan lain tidak dapat dihindari, pertumbuhan ekonomi dapat menjadi salah satu indikator kemajuan atau keberhasilan ekonomi itu sendiri.

Menurut Wijono (dalam Tuzzakiyah et al., 2024), menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu *indicator* kemajuan pembangunan. Salah satunya adalah perdagangan internasional. Perdagangan ini dapat menjadi penggerak bagi pertumbuhan perekonomian di suatu negara.

Menurut Hasoloan (dalam Suhardi et al. 2023), perdagangan internasional merupakan suatu usaha yang dilakukan berdasarkan kesepakatan antar negara yang melibatkan masing-masing warga negaranya. Perdagangan internasional memungkinkan untuk berpartisipasi dalam industrialisasi, perkembangan transportasi, globalisasi dan presensi *corporate* multinasional.

Adapun beberapa indikator yang menggerakkan suatu negara untuk melaksanakan perdagangan internasional. Menurut Hutabarat (dalam Suhardi et al.2023), Seperti :

- a. Potensi alam
- b. Untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa dalam negeri
- c. Kemauan untuk mendapatkan profit yang bisa menaikkan income negara
- d. Keselarasan pada selera terhadap suatu barang dan jasa
- e. Membangun kerja sama, ikatan politik, dan dukungan internasional
- f. Adaptasi terhadap keberlangsungan era globalisasi yang menyebabkan suatu negara tidak bisa berdiri sendiri
- g. Pengaruh dari faktor iklim, tenaga kerja, budaya, populasi, sumber daya alam dan faktor lainnya yang menyebabkan adanya perbedaan hasil yang di produksi
- h. Kapabilitas penguasaan ilmu pengetahuan yang berbeda dan teknologi dalam pengelolaan sumber daya ekonomi.

### **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian kali ini menggunakan Metode tinjauan Literatur (studi Pustaka). Metode ini merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan, serta menganalisa data yang berhubungan dengan objek penelitian yang disajikan dari berbagai sumber seperti buku yang sesuai, artikel ilmiah serta penelitian terdahulu yang valid. Sumber ini berguna untuk mendukung pemecahan masalah yang sedang diteliti.

Menurut Zed (dalam yana & Maifelfi, 2022), mengemukakan pendapat bahwa studi Pustaka adalah rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan metode pemungutan data Pustaka, merekam informasi serta mengolah rangkaian jurnal yang telah diambil menjadi data pada penelitian. Jenis data yang diambil dalam penelitian ini adalah data sekunder yang merupakan data yang didapat secara tidak langsung. Maksudnya adalah data yang di dapat berasal dari jurnal atau artikel ilmiah yang berhubungan dengan penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, yang membahas mengenai Analisis Keterlibatan *E-Commerce* Amazon.com dalam Perdagangan Internasional dapat berguna untuk melihat keterlibatan berupa dampak dari *platform* amazon.com terhadap perdagangan internasional. Metode penelitian ini didasarkan pada pengumpulan data dari berbagai sumber seperti artikel ilmiah atau penelitian terdahulu yang relevan, yang berupa pengumpulan data, dan menganalisa data yang berhubungan.

Keterlibatan Amazon.com dalam perdagangan internasional bertujuan untuk melihat apakah Amazon.com ini dapat membantu, memberikan dampak positif dan negatif, dapat membentuk harmonisasi antar negara, serta amazon.com dapat menjadi acuan dalam perkembangan perdagangan internasional di masa yang akan datang. Keterlibatan Amazon.com dalam perdagangan internasional juga telah membawa perubahan yang baru dan membuka peluang bisnis bagi bisnis dan konsumen global. Ia juga telah berkontribusi dalam peningkatan akses pasar, menurunkan biaya perdagangan, serta mendorong kewirausahaan.

Dalam hasil penelitian, Amazon.com menyediakan *platform* dalam berbagai Bahasa. Hal ini dapat memudahkan pengguna untuk mengakses *platform* tersebut. Hal ini dapat membantu mengatasi perbedaan budaya dan bahasa dalam keberlangsungan perdagangan internasional. Amazon.com juga memberikan kemudahan berbelanja untuk pelaku perdagangan internasional baik itu dari penjual dan pembeli. *Platform* ini memungkinkan penjual dari berbagai negara untuk menjangkau pembeli global. Ia juga dirancang untuk membantu penjual memasarkan produk mereka secara luas. Dalam artian *platform* Amazon.com tidak terpengaruh oleh jarak dan waktu sehingga membuat keberlangsungan dalam perdagangan internasional terjadi secara efektif.

## SIMPULAN

Manusia sebagai makhluk sosial, yang salah satu unsur sosial nya adalah menyangkut kebutuhan. Baik itu kebutuhan sekunder, kebutuhan primer, maupun kebutuhan tersier. Seiring berkembangnya zaman, membuat manusia memiliki kebutuhan beragam. Hal ini juga dipicu oleh terkait hubungan antar negara, perdagangan internasional merupakan suatu keharusan sebuah negara dalam meningkatkan kebutuhan nya serta membentuk suatu hubungan yang baik dengan negara lain.

*E-commerce* sebagai *platform* pendukung kebutuhan manusia sangat berguna untuk memangkas waktu dan jangkauan dalam melengkapi kebutuhan. *E-commerce* memiliki akses tanpa batas yang dapat di jangkau oleh penggunanya dari seluruh dunia. Dalam karya ilmiah ini penulis menggunakan amazon.com sebagai objek. Amazon.com merupakan salah satu *platform* terbesar yang berada di amerika serikat, yang merubah interaksi bisnis dan konsumen, memberikan gerbang bagi pasar global serta secara langsung terlibat dalam proses perdagangan internasional yang dapat memaksimalkan aktivitas perdagangan internasional itu sendiri.

Dalam kesimpulan penelitian ini, analisis keterlibatan *e-commerce* amazon.com dalam perdagangan internasional, memberikan penjabaran terkait amazon.com yang dapat membantu, memberikan dampak positif ataupun negatif, membentuk harmonisasi antar negara, serta menjadi acuan dalam perkembangan perdagangan internasional di masa yang akan datang. Amazon.com memiliki fitur penyedia berbagai bahasa yang memudahkan pengguna di berbagai negara untuk dapat mengakses *platform* tersebut. Amazon.com tidak

terbatasi oleh jarak dan waktu sehingga memberikan kelancaran dalam aktivitas perdagangan internasional.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aulia Ahmad suhardi, I. A. (2023). Peran Perdagangan Internasional Dalam Meningkatkan Produktivitas Perekonomian Di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, *I*(1), 90-99.
- Avriyanti, S. (2020). Peran E-Commerce untuk meningkatkan Keunggulan Kompetitif di era industri 4.0 (Studi pada UKM yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten tabalong). *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Publik dan Administrasi Bisnis*, *IV*(1), 82-99. Diambil kembali dari <http://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/PubBis>
- Baiturrahmi Nur Hizbandyah, L. S. (2023). Inovasi Amazon dalam menerapkan teknologi sebagai strategi bisnis terhadap keunggulan bersaing. *Jurnal teknik Informatika dan Sistem Informasi*, *X*(4), 361-373.
- Lb, S. F., Trianda, R. R., Rahmahdhani, D. N., & Nurbaiti. (2023). Pemetaan Strategi E-Business Untuk Peningkatan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *II*(4), 1-7. Retrieved from <http://jurnal.jomparnd.com/index.php/jk>
- Maya Rama Yana, D. M. (2022). Studi literatur penerapan gerakan literasi di sekolah dasar. *Journal Of Basic Education Studies*, *V*(1), 545-561.
- Megi Tindangen, D. S. (2020). Peran Perempuan Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus : Perempuan Pekerja Sawah Di Desa Lemoh Barat Kecamatan Tombariri Timur Kabupaten Minahasa). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, *XX*(03), 79-87.
- Ni Kadek Srimasih Ristiyani, D. G. (2022). Kedudukan Hukum Perdagangan Internasional terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Komunikasi Hukum*, *VIII*(2), 640-649. doi:<https://doi.org/10.23887/jkh.v8i2.52011>
- Prasetyo, R. I. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman Di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, *VI*(2), 114-133.
- Tuzzakiyah, A., Indriani, A. S., Farhan, & Adiputra, R. (2024). Perdagangan Internasional dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, *IV*(2), 73-80. doi:<https://doi.org/10.55606/optimal.v4i2.3333>
- Yuhdadi, A. (2019). Analisis Pendekatan Teknologi E-Bisnis Studi Kasus "Amazon". *Jurnal Universitas Mitra Indonesia*, *7*.