

Pemanfaatan *E-commerce* dan *M-commerce* Dalam Bisnis di Butik Madinah di Kalisat (Studi Kasus Selama Pandemi Covid-19)

Darma Ayu Ningsih Ningtyas^{1*}, Haris Hermawan², Septy Holisa Umamy³

Universitas Muhammadiyah Jember

e-mail: ayuningsihtyas4@gmail.com*, harishermawan@unmuhjember.ac.id,
septyholisaumamy@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini membahas pemanfaatan *E-commerce* dan *M-commerce* dalam bisnis Butik Madinah di Kalisat (studi kasus pandemi covid-19). Setelah melakukan observasi, diketahui bahwa jumlah pemesanan produk yang ada di Butik Madinah setelah menggunakan *E-commerce* dan *M-commerce* meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan pada masa zaman covid-19, meningkatkan minat beli konsumen, dan untuk melakukan pemanfaatan *E-commerce* dan *M-commerce* sebagai media promosi. Peneliti menggunakan metode kualitatif, karena menyingkap sebuah fenomena dan perilaku yang terjadi. Pendekatan dengan desain deskriptif memungkinkan studi kasus yang amat mendalam dan menelusuri sasaran. Oleh sebab itu, peneliti ini melakukan sebuah riset untuk mendapatkan satu objek yang memanfaatkan *E-commerce* dan *M-commerce* yang ada di Kalisat yaitu Butik Madinah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Populasi penelitian menggunakan 3 informan sebagai narasumber yang terdiri dari pemilik butik dan 2 karyawan butik. Ditemukan bahwa Butik Madinah memanfaatkan *E-commerce* dan *M-commerce* sebagai media promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Dari hasil penelitian ini yang dilakukan dapat diketahui bahwa pemanfaatan *E-commerce* dan *M-commerce* lebih mudah bagi para pelaku usaha yang mengalami kesulitan dalam perusahaannya.

Kata kunci: *E-commerce* ; *M-commerce* ; Minat Beli Konsumen ; Promosi

ABSTRACT

This researcher discusses the use of *E-commerce* and *M-commerce* in the Madinah Boutique business in Kalisat (a case study of the Covid-19 pandemic). After conducting observations, it is known that the number of product orders at the Madinah Boutique after using *E-commerce* and *M-commerce* has increased. This researcher aims to increase sales during the Covid-19 era, increase consumer buying interest, and to utilize *E-commerce* and *M-commerce* as promotional media. This researcher uses qualitative methods, because it reveals a phenomenon and behavior that occurs. The descriptive design approach allows for very in-depth and targeted case studies. Therefore, this researcher conducted research to find an object that utilizes *E-commerce* and *M-commerce* in Kalisat, namely Madinah Boutique. This research uses a qualitative descriptive method with data collection techniques such as observation, interviews and documentation. The research population used 3 informants as sources consisting of the boutique owner and 2 boutique employees. It was found that Madinah Boutique utilized *E-commerce* and *M-commerce* as promotional media to increase consumer buying interest. Data collection techniques in this research were interviews and observation. From the results of this research, it can be seen that the use of *E-commerce* and *M-commerce* is easier for business actors who experience difficulties in their companies.

Keywords: *E-commerce* ; *M-commerce* ; Consumer Buying Interest ; Promotion

PENDAHULUAN

Butik Madinah merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bisnis busana yang terletak di Kecamatan Kalisat. Butik Madinah melakukan penjualan produk dengan menggunakan *E-commerce* dan *M-commerce*, namun berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa Butik Madinah sudah berdiri sejak tahun 2016, Butik Madinah mulai mengembangkan usahanya di bidang *online* pada tahun 2020 di masa pandemi covid-19. Salah satunya media pemasaran yang

digunakan dalam mempromosikan produknya dan pembayaran online ialah *E-commerce* dan *M-commerce*. Ada beberapa UMKM di Kalisat yang menggunakan *E-commerce* dan *M-commerce* yaitu salah satunya Butik Madinah, peneliti mengambil lokasi Butik Madinah karena Butik Madinah memanfaatkan *E-commerce* dan *M-commerce* sebagai media promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. Dengan itu Butik Madinah memiliki bisnis busana yang penjualannya lebih lama dalam menggunakan *E-commerce* dan *M-commerce* dari beberapa UMKM yang ada di Kalisat. Strategi yang digunakan Butik Madinah untuk menarik konsumen yaitu memberikan potongan harga, *free gift* setiap pembelian barang dan menggunakan layanan gratis ongkir (ongkos kirim) di *E-commerce* dan juga bisa mendapatkan diskon jika melakukan pembayaran melalui *M-commerce* seperti Shopeepay, upaya ini dilakukan agar dapat terus meningkatkan penjualan di masa pandemi *covid-19*.

Butik Madinah memanfaatkan penggunaan *E-commerce* dan *M-commerce* dalam perusahaannya dengan melakukan metode promosi. *E-commerce* yang paling dikenal adalah Shopee sedangkan *M-commerce* yang paling dikenal Instagram dan Whatsapp. Sebagian besar Butik Madinah memanfaatkan penerapan *E-commerce* dan *M-commerce* sebagai media promosi untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas dalam minat pembeli atau pelanggan. Dalam 5 tahun terakhir Butik Madinah mengalami peningkatan pesat, Butik Madinah sudah mencapai 14370 *Per Piece*. Butik Madinah sempat mengalami penurunan pada masa pandemi *covid-19* oleh karena itu Butik Madinah mempunyai solusi agar tidak mengalami penurunan dalam penjualan yang begitu pesat. Butik Madinah melakukan cara dengan menggunakan dan memanfaatkan adanya *E-commerce* dan *M-commerce* yaitu dengan Shopee dan Instagram.

E-commerce dan *M-commerce* dibuat dengan tujuan yaitu untuk meningkatkan pemanfaatan promosi dan penjualan agar bertumbuh dengan baik, pada suatu proses bisnis yang memanfaatkan teknologi informasi adanya *E-commerce* dan *M-commerce* memberikan suatu kemudahan kepada konsumen maupun bagi produsen. Pada transaksi jual beli *E-commerce* dan transaksi pembayaran *M-commerce* yang lebih mudah dan bisa dilakukan dimana saja. Peran *E-commerce* dan *M-commerce* yang berdampak positif bagi Butik Madinah. Situs *E-commerce* dan *M-commerce* yang banyak dikenal salah satunya yaitu Shopee.

Sektor utama ekonomi digital modern adalah *E-commerce* dan *M-commerce*, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan yang unik. *E-commerce* menawarkan platform yang luas dengan cakupan area yang luas dan fitur-fitur lain yang membuat lingkungan desktop lebih ramah pengguna. Sedangkan *M-commerce* mudah beradaptasi dan menawarkan layanan yang dipersonalisasi, *M-commerce* dapat memenuhi kebutuhan sejumlah besar pengguna perangkat seluler. Bisnis perlu menyadari perbedaan ini dan kemudian menggunakan saluran yang tepat tergantung pada target demografi dan tujuan perusahaan. Singkatnya, pemanfaatan model *E-commerce* dan *M-commerce* akan memperluas jangkauan pasar secara signifikan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Perbedaan *E-commerce* dan *M-commerce* kerap menjadi perdebatan, karena kemiripan dari keduanya. Sementara keduanya juga kini menjadi bagian penting dari dunia pemasaran modern. Bila di masa lalu, tidak mudah untuk menjual dan mempromosikan produk dalam ruang lingkup yang luas. Kini yang Butik Madinah perlukan hanya menawarkannya pada berbagai platform penjualan. Dalam sekejap produk Madinah akan dilihat oleh berbagai orang di seluruh penjuru. Itulah keunggulan dari dunia komersial modern. Internet telah membantu para penjual untuk meluaskan sayapnya secara mudah dan praktis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, sebuah metode yang menurut (Creswell, 2012) sebagai penelitian yang berusaha membangun makna suatu fenomena berdasarkan pandangan-pandangan dari partisipan. Menurut (Strauss dan Corbin, 2007), penelitian kualitatif sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Contohnya dapat berupa penelitian tentang kehidupan, riwayat, perilaku seseorang, di samping itu juga tentang peranan organisasi, pergerakan sosial, atau hubungan timbal balik. Adapun (Moleong, 2009) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi. Usman Rianse (2012) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang berupaya memberikan gambaran secara mendalam tentang situasi atau proses yang diteliti, yaitu menurut Creswell (2012) dengan memaparkan atau menginterpretasikan suatu fenomena yang dilakukan oleh partisipan (obyek penelitian) berdasarkan teori ilmiah yang sudah ada.

Penelitian ini menggunakan pendekatan desain deskriptif kualitatif. Menurut (Bungin, 2011) menyatakan bahwa format deskriptif kualitatif pada umumnya dilakukan pada penelitian dalam bentuk studi kasus. Format deskriptif kualitatif studi kasus tidak memiliki ciri seperti air (menyebar di permukaan), tetapi memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena. Dari ciri yang demikian memungkinkan studi ini dapat amat mendalam dan demikian bahwa kedalaman data yang menjadi pertimbangan dalam penelitian model ini. Karena itu, penelitian ini bersifat mendalam dan menusuk sasaran penelitian, tentunya untuk mencapai maksud ini, peneliti membutuhkan waktu yang relatif lama yakni 3 bulan 16 hari. Jadi, dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua informan yaitu pemilik Butik Madinah dan pegawai tetap Butik Madinah yang terdiri dari 3 informan diantaranya, pemilik Butik Madinah (Nur laeli 40 tahun) dan 3 karyawan Butik Madinah (Firda 24 tahun dan Fida 26 tahun).

Keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulai sumber berarti membandingkan dan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh oleh sumber yang berbeda misal dengan membandingkan hasil penelitian dengan data wawancara, membandingkan apa yang di katakan umum maupun dikatakan pribadi, mengumpulkan foto dan data-data lainnya.

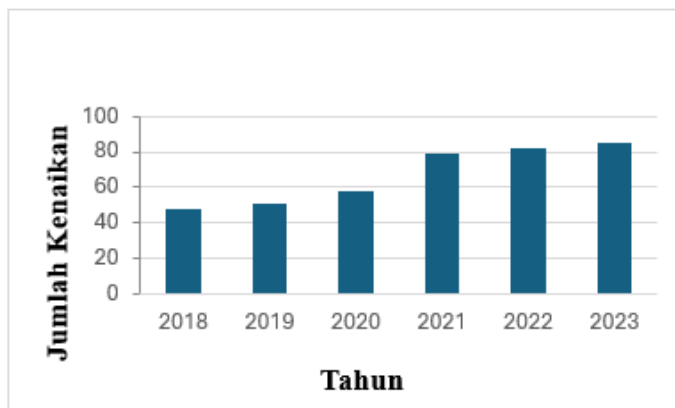
HASIL DAN PEMBAHASAN

Butik Madinah salah satu pelaku usaha di bidang busana yang berlokasi di Jl. Diponegoro No.89, Kecamatan Kalisat, Kabupaten Jember, Jawa Timur yang berhasil memanfaatkan *E-commerce* dan *M-commerce* pada tahun 2020 sebagai media promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen, dan meningkatkan penjualan pada masa *covid 19* sampai saat ini. Butik Madinah meningkatkan penjualan pada masa pandemi *covid-19* dengan *E-commerce* dan *M-commerce* yakni Shopee dan Instagram sebagai media promosi untuk lebih dikenal di mata masyarakat luas. Butik Madinah tidak hanya mengandalkan *online* tetapi Butik Madinah juga membuka toko *offline* yang terletak di Jl. Diponegoro No.89, Kecamatan Kalisat, Kabupaten Jember. Dengan memanfaatkan *E-commerce* dan *M-commerce* Butik Madinah ini sangat membantu bagi para konsumen untuk melakukan pembelian produk dengan *online* karena lebih mudah untuk memilih produk yang diinginkan dan hanya tinggal menunggu di rumah.

Perkembangan Pemanfaatan Penggunaan *E-commerce* dan *M-commerce*

Perkembangan pemanfaatan penggunaan *E-commerce* dan *M-commerce* sangat berpengaruh pada Butik Madinah karena sudah menggunakan dua metode penjualan pada

perusahaannya yaitu *offline* dan *online*. Untuk *offline* sendiri Butik Madinah terletak di Jl. Diponegoro No.89, Kecamatan Kalisat, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Tempat yang dikelola secara *offline* sangatlah strategis karena dekat dengan jalan raya utama jadi mudah untuk diketahui. Untuk *online* Butik Madinah memanfaatkan *E-commerce* dan *M-commerce* dengan menggunakan Instagram sebagai media promosi dan Shopee untuk meningkatkan minat beli konsumen karena mudah untuk melakukan pemesanan produk yang sudah tersedia dalam aplikasi Shopee tanpa harus keluar rumah. Dengan adanya *E-commerce* dan *M-commerce*.



Grafik Perkembangan Pelaku Usaha Menggunakan *E-commerce* dan *M-commerce*
Sumber : Kecamatan Kalisat 2023

Dari grafik 1.1 dapat dilihat bahwa data pengguna *E-commerce* dan *M-commerce* di Kalisat pada tahun 2018-2023. Berdasarkan data yang tercantum pada grafik 1.1 pengguna jejaring sosial *network* yang berbasis bisnis *online E-commerce* dan *M-commerce* dari tahun ke tahun semakin meningkat, itu tandanya dari tahun ke tahun banyak sekali pelaku bisnis yang memanfaatkan *E-commerce* dan *M-commerce* sebagai sarana bisnis.

Dan dari grafik menandakan bahwa peran *E-commerce* dan *M-commerce* sebagai sarana bisnis *online shop* bagi *entrepreneur* modern di Kalisat sangat bermanfaat. Bahkan bukan hanya perusahaan saja yang menggunakan *E-commerce* dan *M-commerce* sebagai sarana bisnis ada juga para *entrepreneur* individu salah satunya Butik Madinah yang memanfaatkan adanya *E-commerce* dan *M-commerce* sebagai sarana bisnis berbasis *online*.

Pada tahun 2018-2023 mengalami kenaikan jumlah pelaku usaha di Kecamatan Kalisat sebanyak 77,1% dari 48 pelaku usaha yang menggunakan *E-commerce* dan *M-commerce* menjadi 85 pengguna selama 5 tahun, meningkat sebanyak 37 pelaku usaha yang menggunakan *E-commerce* dan *M-commerce*. Sejalan dengan pesatnya penggunaan *E-commerce* tersebut pembayaran secara digital juga meningkat pesat dalam jual beli secara *online* yang tercermin dari volume penggunaan uang *electronic* dalam transaksi *E-commerce*. Banyak penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu mengenai pemanfaatan *E-commerce* dan strategi pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah. Menurut (Shabur, 2015), bahwasannya kendala yang di hadapi dalam pemanfaatan *E-commerce* adalah minimnya sumber daya manusia yang memahami dalam bidang penggunaan *E-commerce* secara maksimal, serta masih banyak pembeli yang masih kurang percaya akan tingkat keamanan belanja secara *online*.

Pemanfaatan *E-commerce* dan *M-commerce* di Butik Madinah

Dalam menggunakan bisnis berbasis *E-commerce* dan *M-commerce*, selain mudah digunakan juga sangat efektif dalam meningkatkan minat beli pembeli karena dengan *E-commerce* dan *M-commerce* jangkauan pembeli akan semakin meluas. Bagi pembeli, Toko Madinah hanya mengemas barang yang dibelinya, kemudian ada pengirim yang mengambilnya dan langsung mengirimkannya ke lokasi pembeli melalui bisnis berbasis *E-commerce* dan *M-commerce*.

Minat beli konsumen merupakan suatu hal yang timbul setelah adanya rasa senang terhadap suatu barang yang dilihatnya, dari situlah timbul minat untuk mencoba barang tersebut hingga akhirnya muncul keinginan untuk membeli suatu barang sehingga dapat memilikinya. Cara meningkatkan minat beli pembeli Butik Madinah ini yaitu dengan memanfaatkan *E-commerce* dan *M-commerce* yakni dengan menyebarkan promosi ke media sosial seperti Shopee, Instagram yang bernama tokomadinah89 dan WhatsApp akan memberi tahu pelanggan apa yang dijual di Butik Madinah dan menjangkau lebih banyak pelanggan untuk melakukan pembelian dan pembayaran melalui *online* dengan mudah. Selain itu, Butik Madinah juga tetap mempertahankan kualitas, kualitas yaitu kemampuan suatu produk atau jasa untuk melaksanakan fungsinya dengan mempertimbangkan berbagai aspek kendalanya, daya tahan yang dimilikinya, nilai kemudahannya serta nilai-nilai lainnya. Jika konsumen mengetahui kualitas produk di Butik Madinah bagus maka konsumen itu tidak akan ragu ragu untuk membelinya lagi atau bahkan bisa menjadi pelanggan tetap jika kualitas produknya yang dijual tetap terjamin untuk itu Butik Madinah selalu mempertahankan kualitasnya agar konsumen selalu merasa puas jika berbelanja di Butik Madinah *offline* maupun *online*.

Terkait pandemi *covid-19*, dikeluarkanlah PP Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan maksud ,membatasi pergerakan orang dan barang dan mengharuskan masyarakat jika tidak ada keperluan mendesak diharapkan untuk berdiam diri. Hal ini juga berdampak terhadap terbatasnya operasional Butik Madinah dan berkurangnya konsumen yang berbelanja secara langsung dibandingkan hari biasa. Dengan ini, Butik Madinah harus menyesuaikan diri dan membuat strategi untuk tetap bisa bertahan di masa pandemi demi kelanjutan usahanya. Maka dari itu, Butik Madinah menggunakan *E-commerce* dan *M-commerce* untuk memanfaatkan peluang dalam bisnis pada saat *covid-19*. Pandemi *covid-19* ini berdampak besar pada keberlangsungan bisnis usaha UMKM Butik Madinah. Dengan adanya *E-commerce* dan *M-commerce* memudahkan konsumen untuk berbelanja *online* dan melakukan pembayaran melalui *online*. Kebiasaan berbelanja ditoko kini mulai berganti dengan menggunakan media sosial. Selama terkoneksi dengan internet, konsumen tidak perlu mengunjungi toko maupun tempat Butik Madinah untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen. Sekarang sudah banyak perubahan dengan adanya *E-commerce* dan *M-commerce* yang ada di Butik Madinah. Dengan berbagai jenis layanan yang ditawarkan, dengan itu membuat konsumen semakin leluasa dalam memilih *E-commerce* dan *M-commerce* mana saja yang ingin dikunjungi dan mudah melakukan transaksi pembayaran dimana saja (Eva,2021).

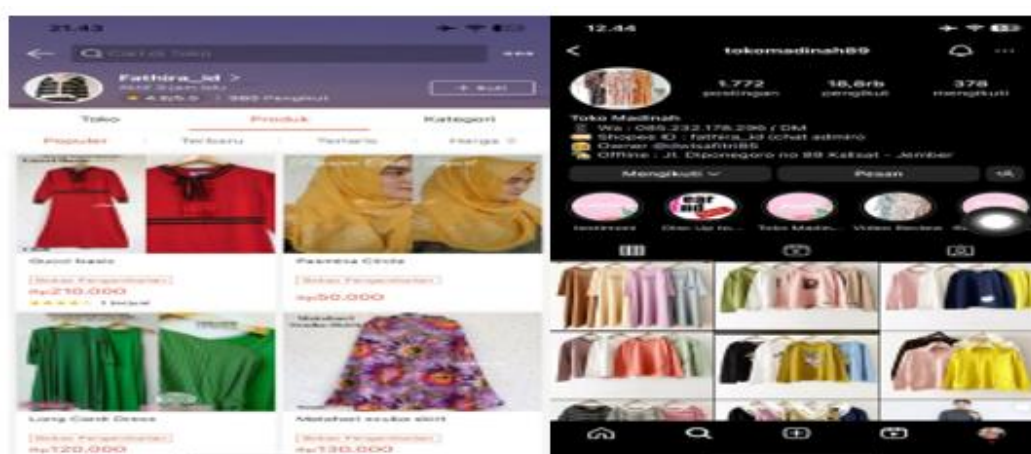
Berikut Data pada Penjualan Produk Butik madinah Selama 5 Tahun Per Piece

Data penjualan pada Butik Madinah 5 Tahun Terakhir *Per Piece*

No	Tahun	Penjualan	Cara Jual
1	2018	4650 <i>Piece</i>	<i>Offline</i>
2	2019	5374 <i>Piece</i>	<i>Offline</i>
3	2020	2864 <i>Piece</i>	<i>Offline dan Online</i>
4	2021	5654 <i>Piece</i>	<i>Offline dan Online</i>
5	2022	9720 <i>Piece</i>	<i>Offline dan Online</i>
Total		14370 <i>Piece</i>	

Tabel Data Penjualan 5 Tahun Terakhir *Per Piece* Butik Madinah
 Sumber : Butik Madinah 2023

Butik Madinah memanfaatkan penggunaan *E-commerce* dan *M-commerce* dalam perusahaannya dengan melakukan metode promosi. *E-commerce* yang paling dikenal adalah Shopee sedangkan *M-commerce* yang paling dikenal Instagram dan Whatsapp. Sebagian besar Butik Madinah memanfaatkan penerapan *E-commerce* dan *M-commerce* sebagai media promosi untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas dalam minat pembeli atau pelanggan. Dalam 5 tahun terakhir Butik Madinah mengalami peningkatan pesat, Butik Madinah sudah mencapai 14370 *Per Piece*. Butik Madinah sempat mengalami penurunan pada masa pandemi *covid-19* oleh karena itu Butik Madinah mempunyai solusi agar tidak mengalami penurunan dalam penjualan yang begitu pesat. Butik Madinah melakukan cara dengan menggunakan dan memanfaatkan adanya *E-commerce* dan *M-commerce* yaitu dengan Shopee dan Instagram.



Penjualan melalui *E-commerce* (*Electronic commerce*) bisa mendongkrak omzet Butik Madinah, karena tidak memerlukan jam untuk berjualan, transaksi bisa dilakukan 24 jam non stop, sehingga pelanggan lebih leluasa memilih berbagai macam produk dan membanding- bandingkan harganya dari banyak vendor. *E-commerce* juga menghemat biaya yang harus dikeluarkan bagi

para wirausahawan, dikarenakan biaya servis yang relatif murah karena tidak harus ada *display* barang, toko, dan lain sebagainya.

E-commerce dan *M-commerce* dibuat dengan tujuan yaitu untuk meningkatkan pemanfaatan promosi dan penjualan agar bertumbuh dengan baik, pada suatu proses bisnis yang memanfaatkan teknologi informasi adanya *E-commerce* dan *M-commerce* memberikan suatu kemudahan kepada konsumen maupun bagi produsen. Pada transaksi jual beli *E-commerce* dan transaksi pembayaran *M-commerce* yang lebih mudah dan bisa dilakukan dimana saja. Peran *E-commerce* dan *M-commerce* yang berdampak positif bagi Butik Madinah. Situs *E-commerce* dan *M-commerce* yang banyak dikenal salah satunya yaitu Shopee. Perusahaan ini dikenalkan di Indonesia mulai tahun 2015 dan terus mengalami perkembangan yang pesat hingga tahun 2023 ini, Shopee muncul pertama kali sebagai *marketplace* C2C (*Consumer to Consumer*). Shopee merupakan salah satu *E-commerce* dan *M-commerce* yang mengalami tingkat kenaikan transaksi yang tinggi di Indonesia. Para pelaku usaha mengubah strategi pemasaran dengan menggunakan digital market yaitu salah satunya dengan menggunakan *E-commerce* Shopee ini sedangkan *M-commerce* sendiri memudahkan para pelaku usaha untuk memudahkan dalam strategi pembayaran non tunai salah satunya *shoppepay* ini. Adapun kelebihan Shopee yaitu, pemenuhan informan mengenai produk, harga yang bersaing (atau bisa dikatakan murah) serta memberikan kemudahan dalam proses pembayaran. Selain itu, dari Shopee juga memberikan gratis ongkos kirim, adanya program program menarik, kecepatan transaksi serta adanya transparansi karena bisa mengecek melalui resinya. Tidak hanya itu banyak diskon diskon besar setiap bulannya serta bermacam macam hadiah yang ditawarkan.

Seiring dengan perkembangan zaman, peningkatan teknologi menyebabkan pergeseran pola komunikasi antara produsen dan konsumen. Konsumen akan mencari informasi tentang produk yang akan dibeli dengan membandingkan produk sejenis menggunakan sarana informasi teknologi tanpa harus turun langsung ke lapangan seperti penjualan online. *E-commerce* mempermudah antara konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi. *E-commerce* dan *M-commerce* ini juga dilakukan oleh pelaku usaha busana Butik Madinah Kalisat. Banyak pelaku usaha yang melakukan strategi pemasaran dengan sistem ini baik usaha penjualan barang maupun jasa. Hal ini seperti usaha busana di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember yang telah banyak menggunakan sistem online tak terkecuali usaha busana Butik Madinah Kalisat.

Penjualan melalui *E-commerce* dan *M-commerce* bisa mendongkrak omzet Butik Madinah, karena tidak memerlukan jam untuk berjualan, transaksi bisa dilakukan 24 jam nonstop, sehingga pelanggan lebih leluasa memilih berbagai macam produk dan membanding-bandingkan harganya dari banyak vendor. *E-commerce* dan *M-commerce* juga menghemat biaya yang harus dikeluarkan oleh Butik Madinah dikarenakan biaya servis yang relatif murah karena tidak harus ada *display* barang, toko, dan lain sebagainya.

Untuk meningkatkan daya tarik konsumen, tentu memerlukan strategi pemasaran yang baik dan mengikuti arus globalisasi atau perkembangan zaman. Dalam arus globalisasi, jenis-jenis pemasaran sudah beragam. Salah satu yang paling sering diperbincangkan adalah pemasaran secara *online* baik melalui *website* tertentu atau melalui aplikasi tertentu. Berkembangnya informasi dan komputer saat ini dalam memasuki era perdagangan bebas di Indonesia, maka sebagai Butik Madinah jangan sampai tertinggal dalam menyajikan informasi yang benar, tepat, terbaru dan mudah dimengerti oleh suatu perusahaan atau organisasi. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat ini, mendorong Toko Madinah ini memperluas pemasaran secara online selama 24 jam

nonstop dan meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan untuk mempertahankan pelanggan yang ada serta menarik pelanggan baru dengan adanya *E-commerce* dan *M-commerce*.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Butik madinah memanfaatkan *E-commerce* dan *M-commerce* pada masa pandemic covid-19. Dengan adanya *E-commerce* dan *M-commerce* Butik Madinah mempunyai perkembangan pada perusahaan dengan baik, *E-commerce* dan *M-commerce* sangat berpengaruh pada peningkatan penjualan dan minat beli konsumen. Butik madinah memanfaatkan penggunaan *E-commerce* dan *M-commerce* dalam perusahaannya dengan melakukan metode Promosi. *E-commerce* yang paling dikenal adalah Shopee sedangkan *M-commerce* yang paling dikenal Instagram dan Whatsapp. Sebagian besar Butik madinah memanfaatkan penerapan *E-commerce* dan *M-commerce* sebagai media promosi untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas dalam minat pembeli atau pelanggan. Dalam 5 tahun terakhir Butik Madinah mengalami peningkatan pesat, Butik Madinah sudah mencapai 14370 *Per Piece*. Butik Madinah sempat mengalami penurunan pada masa pandemi covid-19 oleh karena itu butik madinah mempunyai solusi agar tidak mengalami penurunan dalam penjualan yang begitu pesat. Butik madinah melakukan cara dengan menggunakan dan memanfaatkan adanya *E-commerce* dan *M-commerce* yaitu dengan Shopee dan Instagram. *E-commerce* dan *M-commerce* merupakan pemasaran yang sedang meningkat beberapa tahun belakangan ini pada masa pandemi covid-19 dan terbukti mampu memberikan kemudahan bagi para konsumen untuk melakukan transaksi atau pembelian di dalam rumah tanpa harus melakukan aktivitas diluar rumah. Oleh karena itu *E-commerce* dan *M-commerce* berperan penting pada para pelaku usaha yang mengalami permasalahan dalam perusahaannya salah satunya pada masa pandemi covid-19 sudah tentu mengalami permasalahan yang cukup serius dalam jumlah penjualannya salah satu caranya perusahaan bisa memanfaatkan adanya *E-commerce* dan *M-commerce* pada perusahaannya untuk menggunakannya sebagai media promosi. Tujuan utama Butik Madinah Memanfaatkan *E-commerce* dan *M-commerce* dalam bisnis pada masa covid1-19 untuk peningkatan penjualan yang mengalami penurunan pada masa pandemi covid-19, untuk meningkatkan minat beli konsumen, media promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Usman Rianse. 2012. Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi. Bandung. Alfabeta.
- Anselm Strauss dan Juliet Corbin, 2007, Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif,
- Bungin, Burhan. 2011. Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Predana Media Group
- Creswell, John W, 2012, "Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed", Terj. Achmad Fawaid dari judul aslinya *Research Design, Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approach*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, cet. II, hal. 20-28.
- Eva Siti Nur Afiffah dan Leni Cahyani, 2021, "Analisi penerapan *E-commerce* Pada UMKM Sutan Frozen Food Tegal", *e-Proceeding Of Applied Science*, Vol.7, No.6 Desember 2021, 2431, Bandung, Universitas Telkom
- Moleong, J Lexy, Prof. Dr. 2009, Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosdakaya
- Shabur, M.M. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.29 No.1.