

Abstrak

Adanya covid-19 tidak hanya berdampak pada kesehatan, tetapi telah berdampak buruk pada perekonomian. Covid-19 berdampak banyak pada sektor industri, salah satunya adalah sektor kuliner yang mengalami penurunan penjualan, penurunan permintaan produk serta pengurangan tenaga kerja (Miawaty, 2021). Kesulitan yang dihadapi pemilik usaha ini membuat pemilik tertarik ingin bermitra ke pemasaran produk secara online dengan memanfaatkan media e-commerce sebagai sarana dalam meningkatkan penjualan dimasa pandemi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji peranan *e-commerce* dalam pada penjualan UMKM Jember Enak. *E-commerce* yang diproksi adalah platform media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook* serta pasar seperti *Go food*. Metode penelitian adalah deskriptif, yang menggambarkan hasil wawancara yang kemudian disajikan dalam tabel dan grafik dengan menggunakan sumber data primer dan teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan informan secara langsung tanpa perantara. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan adalah peningkatan keuntungan, hubungan mitra meningkat, diketahui masyarakat luas, sistem pengendalian internet yang lebih baik. Namun, di sisi lain ada dampak negatif dari penggunaan *E-commerce* dalam meningkatkan penjualan yaitu pembatalan pesanan dari pelanggan, tidak tersedianya tempat parkir yang luas, dan order fiktif peluang.

Kata Kunci: *E-commerce*, *Marketplace*, Penjualan

Abstract

The existence of covid-19 has not only had an impact on health, but has had an impact bad for the economy. Covid-19 has had many impacts on the industrial sector, one of which is the culinary sector, which has experienced a decline in sales product demand and workforce reduction (Miawaty, 2021). The difficulties faced by this business owner makes the owner interested in wanting to partner in marketing products online by utilizing e-commerce media as a means of increasing sales during the pandemi. The purpose of this research is to examine the role of e-commerce in selling Jember Enak SMEs. Proxed e-commerce is social media platforms like Instagram and Facebook and marketplaces like Go food. The research method is descriptive, which describes the results of the interviews which are then presented in tables and graphs using primary data sources and data collection techniques in the form of direct interviews with informants without intermediaries. The results obtained indicate that the use of e-commerce in increasing sales is an increase in profits, increased partner relations, known to the wider community, a better internet control system. However, on the other hand there are negative impacts from using E-commerce in increasing sales, namely cancellation of orders from customers, unavailability of large parking lots, and fictitious order opportunities.

Keywords: *E-commerce, Marketplace, Sales*