

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Desa Jatimulya, Kecamatan Terisi, Kabupaten Indramayu dengan tujuan untuk mengetahui implementasi *E-Commerce* di masyarakat pedesaan.

Penelitian ini menggunakan metodologi pendekatan kualitatif deskriptif dengan Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Selain itu penyajian teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa (a) Pelaku *E-Commerce* di Desa Jatimulya cenderung menjalankan bisnisnya tanpa rencana yang matang dan tanpa strategi yang matang. (b) Mereka seperti tidak memiliki visi dan misi dalam berbisnis. Asal jualannya laku mereka merasa bahwa bisnis mereka baik-baik saja. (c) Produk yang dijualpun cenderung sama dengan pelaku *E-Commerce* lain yakni produk fashion dan kuliner. (d) Strategi yang dijalankanpun sangat amat sederhana bahkan dibilang tidak ada strategi yang dijalankan karena hanya sebatas memfoto barang dagangan, mengunggahnya di media sosial kemudian menunggu respon dari konsumen. (e) Dari segi pembayaran, masih menggunakan metode manual yakni bayar ditempat. (f) dengan segala hal yang dilakukan secara sederhana justru banyak mendapatkan kepercayaan dari calon konsumen. (g) Konsumen umumnya masih belum begitu percaya dengan pelaku *E-Commerce* karena masih sering ditemui kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh penjual. (h) Konsumen merasa sangat terbantu dengan kehadiran *E-Commerce* di tengah-tengah mereka. (i) Umumnya konsumen juga merekomendasikan pengalaman berbelanja online yang pernah mereka lakukan yang mana hal tersebut sangat menguntungkan bagi penjual dalam meningkatkan penjualan produknya .

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah rata-rata pelaku *E-Commerce* di Desa Jatimulya masih belum mengimplementasikan *E-Commerce* dengan maksimal. Dikarenakan faktor kurangnya pengetahuan mengenai *E-Commerce* membuat implementasi yang dilakukan pelaku *E-Commerce* di Desa Jatimulya terkesan apa adanya dan tanpa rencana yang baik.

Kata Kunci : *E-Commerce*, Implementasi, Media Sosial Facebook, Desa.

ABSTRACT

This research was conducted in Jatimulya Village, District of Terisi, Regency of Indramayu with the aim of finding out the implementation of E-Commerce in rural communities.

This research uses a descriptive qualitative approach methodology with data collection techniques used, namely observation, interviews and documentation. In addition, the presentation of data analysis techniques used in this study is data reduction and drawing conclusions / verification. The results of research conducted show that (a) E-Commerce actors in Jatimulya Village tend to run their business without a well-plan and without a mature strategy. (b) They seem to have no vision and mission in doing business. As long as they sell well, they feel that their business is doing well. (c) The products sold tend to be the same as other E-Commerce actors, namely fashion and culinary products. (d) The strategy that is carried out is very very simple and even said there is no strategy that is implemented because it is only limited to photographing merchandise, uploading it on social media then waiting for a response from consumers. (e) In terms of payment, still using the manual method, namely paying on the spot. (f) with all the things that are done in a simple way, actually get a lot of trust from potential customers. (g) Consumers generally still do not really believe in the perpetrators of E-Commerce because there are still often cheats committed by sellers. (h) Consumers feel greatly helped by the presence of E-Commerce in their midst. (i) Generally, consumers also recommend the online shopping experience they have ever done which is very beneficial for sellers in increasing sales of their products.

The conclusion in this study is that the average E-Commerce actor in Jatimulya Village still has not implemented E-Commerce to the maximum. Due to the lack of knowledge about E-Commerce, the implementation made by E-Commerce actors in Jatimulya Village seems to be what it is and without a good plan.

Keywords: *E-Commerce, Implementation, Facebook Social Media, Village.*