

LITERACY OF E-COMMERCE BUSINESS OPPORTUNITIES IN INCREASING COMMUNITY INCOME IN KUTA COT GLIE DISTRICT, ACEH BESAR DISTRICT

Mirza Murni¹, Cut Fitrika Syawalina², Eva Susanti³, Riwanul Nasron⁴, Nandini Humaira⁵

^{1,2,3,4} Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Aceh

⁵ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Aceh
Jl. Muhammadiyah No 91 Batoh, Luengbata – Banda Aceh

* Email: riwanul.Nasron@unmuha.ac.id

Abstract

Nowadays, the development of trade and business are very dependent on commercial electronic transactions or what we call as e-commerce online with various digital business applications that offer many choices and conveniences so that competition is very fierce, this business requires people to be ready to compete in the digitalization era that requires the ability to run an online business due to the demands of the times is influenced by clear and accurate information in making decisions and determining the actions that must be taken to develop and maintain their business. Aceh Besar is a very strategic area and has many MSMEs whose number continues to increase every year. Kuta Cot Glie Sub-district is a sub-district that is included in the Aceh Besar District area and also has many MSME actors spread across every village in the sub-district. However, many MSMEs in Kuta Cot Glie sub-district have not taken advantage of the opportunities from information technology developments in marketing their products. Digital marketing is the application of digital technology that contributes to marketing activities aimed at gaining profits by expanding market share and building and developing relationships with customers. Of course, this can also be used by MSMEs in marketing their products online, including MSMEs in villages in the Kuta Cot Glie sub-district, Aceh Besar District.

Keyword: Digital Marketing, E-Commerce, Digital Business Applications

Abstrak

Perkembangan perdagangan dan bisnis saat ini sangat tergantung pada transaksi secara elektronik komersil atau yang disebut e-commerce secara online dengan berbagai aplikasi digital bisnis yang memang menawarkan banyak pilihan dan kemudahan sehingga persaingan sangat ketat tajam hal ini menuntut pelaku bisnis harus siap bersaing di era digitalisasi yang membutuhkan kemampuan dalam menjalankan bisnis online karena tuntutan zaman dipengaruhi oleh informasi yang jelas dan akurat dalam mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang harus dilakukan untuk mengembangkan dan mempertahankan usahanya. Aceh Besar merupakan kawasan yang sangat strategis dan memiliki banyak pelaku UMKM yang terus meningkat jumlahnya setiap tahun. Kecamatan Kuta Cot Glie merupakan kecamatan yang termasuk dalam wilayah Kabupaten Aceh besar juga memiliki banyak pelaku UMKM yang tersebar di setiap desa di kecamatan tersebut. Namun banyak pelaku UMKM di kecamatan Kuta Cot Glie yang belum memanfaatkan peluang dari perkembangan teknologi informasi dalam memasarkan produknya. Digital marketing adalah penerapan teknologi digital yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dengan memperluas pangsa pasar serta membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan. Tentunya hal ini juga dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam memasarkan produknya

secara online tidak terkecuali UMKM di desa-desa yang berada di kecamatan Kuta Cot Glie Kabupaten Aceh Besar.

Kata Kunci: *Digital Marketing, E-Commerce, Aplikasi Digital Bisnis*

1. PENDAHULUAN

Meningkat atau menurunnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya keterlibatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Menurut perundang-undangan No 20 tahun 2008, UMKM dibedakan sesuai kriteria masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil dan usaha kecil menengah. Sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 4, UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perkembangan Teknologi Informasi (TI) telah memberikan peluang baru bagi dunia usaha dalam mengembangkan dan memperluas pangsa pasar bisnis. Dengan kemajuan tersebut sudah tidak ada lagi batasan dalam melakukan perluasan pangsa pasar dalam melakukan pemasaran suatu produk atau jasa yang dimiliki (Hermawan, 2012). Aceh Besar merupakan kawasan yang sangat strategis dan memiliki banyak pelaku UMKM yang terus meningkat jumlahnya setiap tahun. Kecamatan Kuta Cot Glie merupakan kecamatan yang termasuk dalam wilayah Kabupaten Aceh besar juga memiliki banyak pelaku UMKM yang tersebar di setiap desa dikecamatan tersebut. Namun banyak pelaku UMKM di kecamatan Kuta Cot Glie yang belum memanfaatkan peluang dari perkembangan teknologi informasi dalam memasarkan produknya.

Perkembangan teknologi sekarang ini banyak memberikan perubahan dan dampak dari berbagai aspek seperti munculnya beberapa aplikasi pemasaran yang menawarkan jasa dan produk secara online atau yang lebih dikenal digital marketing. Menurut Azhar (2021) Digital marketing adalah penerapan teknologi digital yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dengan memperluas pangsa pasar serta membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan. Selain itu Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi dengan menggunakan media atau internet.

(Putri dan Marlien, 2022). Tentunya hal ini juga dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam memasarkan produknya secara online tidak terkecuali UMKM di desa-desa yang berada di kecamatan Kuta Cot Glie Kabupaten Aceh Besar.

Beberapa teori tentang system informasi Sulaksana (2017) juga menjelaskan tentang Pemanfaatan TI khususnya e-commerce dalam memperluas pangsa pasar sangat dibutuhkan sehingga masyarakat khususnya mampu bersaing dalam bisnis global saat ini. Kontribusi digital untuk usaha kecil Menengah (UMKM) dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 2%. Tidak hanya itu dengan adanya digital marketing saat ini konsumen akan mencari informasi mengenai produk maupun jasa melalui internet. Saat ini banyaknya konsumen yang memanfaatkan digital marketing untuk membeli atau menggunakan jasa yang diinginkan. Konsumen dapat kapan saja mengakses informasi bisnis dimana pun dan kapan pun. Menurut Chaffey et al (2016:11) Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa web, social media, email, database, mobile/wireless dan digital tv guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran. Hal ini juga disampaikan Ryan and Jones (2009:32-33) bahwa digital marketing memiliki dimensi yang saling terhubung dengan bauran pemasaran terutama dalam bagian promosi. Hal tersebut dapat dicapai untuk meningkatkan pengetahuan tentang konsumen seperti profil, perilaku, nilai, dan tingkat loyalitas, kemudian menyatukan komunikasi yang ditargetkan dan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu

Selain itu Tjiptono (2009), menjelaskan bahwa dengan memanfaatkan pemasaran melalui online atau disebut juga dengan istilah digital marketing, maka penjualan dapat dilakukan keseluruh dunia tanpa batasan waktu dan dengan biaya yang sangat murah daripada promosi secara konvensional, sehingga transaksi penawaran produk/jasa lebih cepat dan tersebar luas. Selain itu digital marketing juga dapat menciptakan peluang bisnis baru yang selama ini belum banyak dilakukan, seperti penjualan produk secara online keseluruh dunia tanpa harus memiliki produk maupun toko sendiri terlebih dahulu. (reseller), (Rangkuti, 2009). Perkembangan yang serba

digital ini memunculkan sejumlah permasalahan yang dirasakan oleh pelaku UMKM khususnya UMKM di Kecamatan Kuta Cot Glie Kabupaten Aceh Besar. UMKM di Kecamatan Kuta Cot Glie yang masih rendah memanfaatkan digital marketing, menyebabkan UMKM desa tersebut masih tertinggal dan belum terlibat ke dalam pasar digital ini. Hal ini disebabkan diantaranya literasi digital yang masih belum merata dan masih rendahnya kapasitas produksi sehingga masih terbatasnya dalam hal kemampuan dan kesiapan saat menerima permintaan dari pasar online dengan keterbatasan modal yang dimiliki.

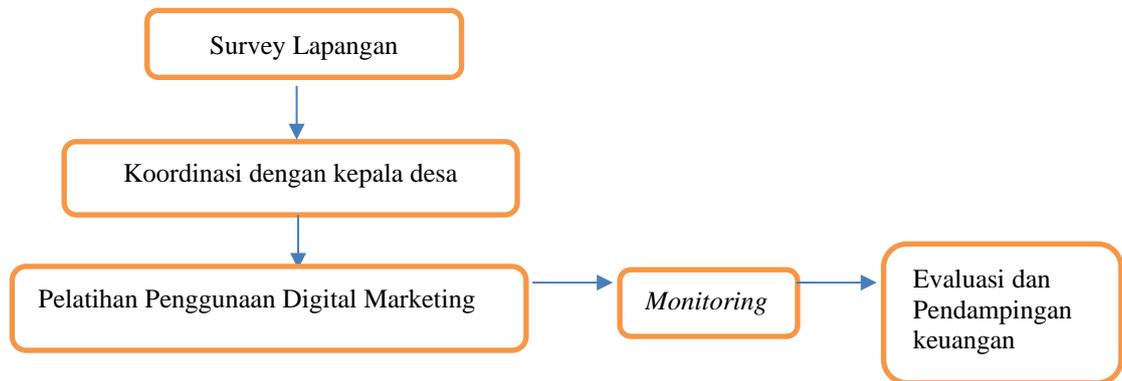
Hal inilah yang menjadi ketertarikan kami untuk mengadakan pengabdian masyarakat dengan judul “Pelatihan penggunaan Digital Marketing dalam meningkatkan omset penjualan UMKM di desa-desa Kecamatan Kuta Cot Glie Kabupaten Aceh Besar. Diharapkan dengan adanya kegiatan pengabdian ini, dapat menumbuhkan minat usaha diberbagai generasi, khususnya pada generasi muda di di desa-desa Kecamatan Kuta Cot Glie Kabupaten Aceh Besar, sehingga dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat dalam memanfaatkan teknologi online yang sedang berkembang saat ini.

2. METODE PENGABDIAN

a. Bentuk Aktivitas Pelaksanaan

Bentuk aktivitas pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dalam menyelesaikan permasalahan ini yaitu dengan melakukan survey lapangan di di desa-desa Kecamatan Kuta Cot Glie Kabupaten Aceh Besar yang bertujuan untuk mengetahui dengan jelas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM terkait dengan pemasaran produk yang dilakukan saat ini. Mendalami jenis apa saja kegiatan UMKM yang ada di desa-desa kecamatan Kuta Cot Glie Kabupaten Aceh Besar. Pelaksana akan menganalisis masalah kemudian menganalisa solusi yang dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM yang berada di Kecamatan Kuta Cot Glie Kabupaten Aceh Besar. Setelah itu pelaksana akan melakukan proses sosialisasi dan literasi Digital Marketing secara umum, kemudian disusul dengan proses pelatihan cara memasarkan produk melalui Digital Marketing. Adapun tahapan

pekerjaan dalam menyelesaikan permasalahan dan sekaligus pencapaian tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut



Gambar 1. Tahapan Aktivitas Pelaksanaan

b. Waktu dan Lokasi Pengabdian

Waktu kegiatan pengabdian ini akan dilakukan 10 Februari 2023 s.d 10 April 2023 yang berlokasi di Kecamatan Kuta Cot Glie Kabupaten Aceh Besar.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara keseluruhan kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana yang telah disusun oleh Tim Dosen Fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu masyarakat dan pelaku UMKM di kecamatan Kuta Cot Glie yang masih minim pengetahuannya dalam mengaplikasikan dan terlibat dalam pemasaran online. Di Era digital saat ini telah menempatkan internet sebagai media yang menyediakan pemasaran dengan cara baru untuk mengidentifikasi dan berkomunikasi dengan jutaan calon konsumen dengan biaya yang jauh lebih murah dibandingkan dengan media tradisional. Dengan adanya internet telah menciptakan pasar digital dimana jutaan manusia diseluruh dunia bisa bertukar informasi dalam jumlah yang besar secara langsung, instant dan gratis. Akibatnya internet telah mengubah cara para pembisnis dalam menjalankan bisnisnya dan dalam memperluas jangkauan globalnya.

Hasil Akhir yang diperoleh oleh pelaksana kegiatan ini adalah memberikan Literasi dan Edukasi bagi UMKM dan masyarakat Kecamatan Kuta Cot Glie Kabupaten

Aceh Besar tentang *digital marketing*. Bentuk edukasi yang diberikan berupa memberikan informasi tentang bagaimana cara memanfaatkan media internet untuk dapat menjalankan bisnis dan berkoordinasi dengan pemasok dan mitra bisnis melalui internet dan teknologi digital. Diharapkan melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan pelaku UMKM untuk dapat memanfaatkan teknologi online yang sedang berkembang saat ini. Kegiatan ini dapat memberikan perubahan perilaku UMKM dan masyarakat kecamatan Kuta Cot Glie dalam memasarkan produknya dari beberapa aplikasi pemasaran yang menawarkan jasa dan produk secara online atau yang lebih dikenal digital marketing.

a. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dari Kegiatan pengabdian ini diharapkan kedepannya Pelaku UMKM dan masyarakat dapat secara mandiri terus mengembangkan kemampuan dan keterampilannya dalam menggunakan aplikasi pemasaran yang terus berkembang seiring perkembangan teknologi. Bila pelaku bisnis tidak mampu memanfaatkan peluang bisnis modern saat ini atau tidak mengikuti perkembangan teknologi yang terus berkembang pesat, maka akan berdampak pada perkembangan bisnisnya yang tidak berkembang maju karena tidak memiliki jangkauan pemasaran yang luas. Untuk itu sangat diperlukan kesadaran bagi masyarakat Kuta Cot Glie untuk mau terus belajar dan mengembangkan keterampilan dan potensinya agar tidak ketinggalan dengan perkembangan teknologi yang terus berkembang pesat.

b. Rencana Tindak Lanjut

Rencana Tindak lanjut dari kegiatan ini adalah memberikan jasa konsultasi penggunaan platform pemasaran online dan strategi yang dapat diterapkan untuk mempromosikan produknya di website atau media social.

4. SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan ini pengabdian kepada masyarakat ini diantaranya adalah:

1. Perubahan dan perkembangan teknologi saat ini memberikan perubahan dalam dunia bisnis dan strategi pemasaran konvensional menuju pemasaran online atau E-Commerce
2. Bisnis elektrik atau elektronik bisnis atau e bisnis adalah sebuah bisnis yang menggunakan internet dan teknologi digital untuk menjalankan sebuah proses bisnis dalam suatu perusahaan, termasuk e commerce dan juga proses untuk menjalankan manajemen internal serta koordinasi dengan pemasok dan mitra bisnis lainnya.
3. E-commerce telah memberikan banyak manfaat dan membantu kebutuhan bisnis dalam memasarkan produknya dalam jangkauan yang lebih luas dengan biaya yang murah.

5. SARAN

Saran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan untuk kegiatan kedepannya pelaksana kegiatan dapat kembali melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan kegiatan-kegiatan lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada LP4M dan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh sebagai pemberi dana dalam kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga kepada masyarakat dan perangkat di desa-desa Kecamatan Kuta Cot Glie Kabupaten Aceh Besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhar, M., Sutiono, H. T., and Wisnalmawati. 2021. "The Effect of Digital Marketing and Electronic Word Of Mouth on Purchase Decisions and Customer Satisfaction." Seminar Nasional ...: 289–305. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/semnasif/article/view/6079%0Ahttp://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/semnasif/article/download/6079/3938>.
- Efraim Turban, R.Kelly Rainer, R.E.P (2010). Chapter 14, Information System Development Introduction to Information Technology.

- Hermawan, Agus. Komunikasi Pemasaran.2012. Penerbit Erlangga: Jakarta
- Jony Wong, (2010), Definisi E-Commerce. Unikom.
- Laudon, K.C & Laudon J.P (2014), Managing Information System: Managing the Digital Firm. In person
- Putri, Prisma Miardi, and R.A Marlien. 2022. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online." *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 5(1): 25–36
- Ragimun (2011). *Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas ASEAN*. Yogyakarta. Kedaulatan Rakyat.
- Rahmana, Arief. 2015. *Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Informasi terdepan tentang Usaha Kecil Menengah*. (Online) (<http://infoukm.wordpress.com>, diakses pada tanggal 28 Maret 2015)
- Rangkuti, Freddy. Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus IMC.2009. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Ryan, Damian., & Jones, Calvin. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. United States: Kogan Page Limited.
- Sulaksana, 2007. *Integrated Marketing Communication*, Jakarta: Quantum.
- Tjiptono, Fandy, 2009. *Strategi Pemasaran: Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Publisher.
- Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah