

Sosialisasi Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Peningkatan UMKM Di Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli

Fiansi^{1*}, Marlina¹, Yuliana¹, Norma¹, Nurul Viana¹, Putri Tordon¹, Ridhotullah¹, Takwa¹

¹Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Madako Tolitoli



ARTICLE INFO

Received: January 02, 2024
Accepted: January 15, 2024
Published: January 20, 2024

*) Corresponding author:
E-mail: fiansi87@gmail.com

Keywords:

Buying and selling
Marketing
Customers
Electronic Media

Kata Kunci:

Jual Beli
Pemasaran
Pelanggan
Media Elektronik



This is an open access article
under the CC BY license
(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Abstract

E-commerce is a process of buying and selling transactions which in practice are carried out online via electronic media. The aim of this research is to determine the benefits of using e-commerce for MSMEs in Kec. Baolan Tolitoli. The research was conducted on November 6 2023 at 20 MSME locations in Baolan District, Tolitoli Regency. The research results show that MSME players are more interested in utilizing e-commerce because it can be a marketing alternative used to reach more customers so that they have the opportunity to make sales outside the region.

Abstrak

E-commerce adalah suatu proses terjadinya transaksi jual beli yang dalam prakteknya dilakukan secara online melalui media elektronik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manfaat penggunaan e-commerce terhadap UMKM di Kec. Baolan Tolitoli. Penelitian dilakukan pada tanggal 06 November 2023 di 20 tempat UMKM yang ada di Kecamatan Baolan, Kabupaten Tolitoli. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM lebih tertarik memanfaatkan e-commerce karena dapat menjadi salah satu alternatif pemasaran yang digunakan untuk bisa menjangkau lebih banyak pelanggan sehingga berpeluang hingga melakukan penjualan diluar daerah.

Cara mensitasi artikel:

Fiansi, Marlina, Yuliana, Norma, Viana, N., Tordon, P., Ridhotullah, R., Takwa. 2024. Sosialisasi Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Peningkatan UMKM Di Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli. *Jurnal Cendekia Mengabdikan Berinovasi dan Berkarya*. 2(2): 38-41. <http://dx.doi.org/10.56630/jenaka.v2i2.570>

PENDAHULUAN

Pemasaran, atau marketing, adalah salah satu hal yang sangat penting yang harus dilakukan dalam dunia bisnis. Strategi pemasaran mulai berubah ke arah yang lebih modern karena kemajuan teknologi saat ini. Jika dulu pemasaran hanya menggunakan media konvensional seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi, sekarang menggunakan media internet, atau digital marketing. Manfaat digital marketing adalah bahwa strategi promosi dengan media internet jauh lebih murah daripada metode konvensional seperti brosur, baliho, atau iklan di radio dan televisi. Strategi digital adalah pilihan terbaik bagi mereka yang baru memulai bisnis dan ingin membuat publik dengan cepat (Ashlihah et al., 2021).

Penulis membahas konsep dasar e-commerce dan manfaatnya untuk meningkatkan pelayanan pelanggan dan meningkatkan daya saing perusahaan dalam hal ini. Karena fakta ini, penggunaan teknologi e-commerce adalah salah satu komponen penting yang membantu sebuah UMKM berhasil dengan produknya. Dengan mengingat perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat ini, dapat menggunakan layanan e-commerce untuk

mempercepat dan meningkatkan penjualan. Menurut Nugroho et al. (2023), Pelanggan dapat melakukan pesanan dari berbagai lokasi dengan adanya layanan e-commerce ini. Dengan kemajuan teknologi saat ini, pelanggan yang ingin mengakses e-commerce tidak perlu berada di luar rumah. Ini karena banyak tempat di kota-kota besar di Indonesia yang menawarkan akses internet melalui laptop atau notebook atau HP. Karena itu, UMKM e-commerce sekarang sangat dibutuhkan, meskipun penggunaan e-commerce di Indonesia masih terbatas. Penulis akan membahas bagaimana mereka menggunakan e-commerce untuk keuntungan bisnis mereka dari latar belakang yang ada.

METODE

. Kegiatan pengabdian dilakukan pada tanggal 06 November 2023 di 20 tempat UMKM yang ada di Kecamatan Baolan, Kabupaten Tolitoli. Wawancara dilakukan pada 20 responden. Metode yang dilakukan dari penelitian ini yakni deskriptif kualitatif. Metode tersebut dilakukan untuk mengungkapkan data, fenomena, menganalisis secara objektif dalam sebuah narasi. Pada alur penelitian ini, secara garis besar peneliti membaginya menjadi tiga tahapan pada Tabel 1 (Laheng et al., 2023).

Tabel 1. Tahapan kegiatan

| Tahap | Kegiatan |
|-------|---|
| 1 | Survei lokasi penelitian UMKM dan UKM |
| 2 | Diskusi jadwal penelitian UMKM dan UKM di kabupaten Tolitoli |
| 3 | Menyiapkan surat ijin melaksanakan kegiatan penelitian UMKM dan UKM |
| 4 | Menyiapkan perlengkapan penelitian UMKM dan UKM |
| 5 | Kegiatan inti survei UMKM dan UKM (survei penggunaan e-commerce dalam pelaksana UMKM dan UKM) |
| 6 | Membuat laporan kegiatan pelaksanaan survei lapangan |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil wawancara dari ke 20 responden yang telah kami temui menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce memberikan berbagai manfaat bagi UMKM, termasuk peningkatan akses pasar, peningkatan efisiensi operasional, dan peningkatan visibilitas merek. Selain itu, UMKM yang menggunakan e-commerce juga melaporkan peningkatan penjualan dan ekspansi pelanggan. Menurut Azrianti (2020), UMKM dapat memperoleh keunggulan bersaing dengan menerapkan e-commerce. Untuk menerapkan e-commerce, manajemen usaha harus menetapkan strategi yang matang. Ini termasuk menyediakan sumber daya saya dengan perangkat teknologi dan sumber daya manusia yang handal dalam teknologi informasi. Membangun sistem informasi yang akan membantu mengelola operasi usaha. memiliki sistem pelayanan dan transaksi yang aman dan cepat. Menjalin kerja sama yang baik dengan distributor dan supplier. UMKM dapat memperoleh keunggulan bersaing jika semua hal di atas dilakukan dengan benar.

Namun, hasil wawancara yang kami lakukan juga mengidentifikasi sejumlah tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi e-commerce, seperti keterbatasan akses teknologi, keamanan transaksi online, dan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, diperlukan upaya lebih lanjut dalam meningkatkan literasi digital dan memberikan dukungan infrastruktur teknologi yang memadai bagi UMKM. Menurut Wirdiani et al. (2020), UMKM menghadapi tantangan karena persaingan yang tinggi dan ketat serta metode promosi yang masih konvensional. Pengusaha kecil mengembangkan e-commerce UMKM untuk mengatasi masalah persaingan yang tinggi dan jangkauan pemasaran yang terbatas. Orang dapat melakukan pemesanan kapan saja dan di mana saja dengan sistem ini. Toko online ini menawarkan opsi belanja praktis bagi pelanggan.

Di tengah tantangan tersebut, penelitian ini juga menyoroti peluang yang dapat ditemui oleh UMKM melalui pemanfaatan e-commerce, termasuk potensi kolaborasi dengan platform e-commerce besar, pengembangan strategi pemasaran digital, dan diversifikasi

produk. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman lebih lanjut tentang dampak pemanfaatan e-commerce terhadap UMKM dan memberikan pandangan yang bermanfaat bagi pengambil kebijakan, pelaku industri, dan peneliti di bidang ini.



Gambar 1. UMKM di Kecamatan Baolan, Kabupaten Tolitoli

KESIMPULAN

Kesimpulan dari sosialisasi pentingnya e-commerce di Kecamatan Baolan, Kabupaten Tolitoli adalah e-commerce adalah sarana efektif untuk memajukan bisnis UMKM karena menjadi sarana strategis dalam meningkatkan kinerja UMKM karena memberikan akses yang lebih luas ke pasar, peningkatan visibilitas merek, dan lebih banyak peluang penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

Ashlihah, A., & Ramadhani, M. S. D. (2021). Pelatihan E-commerce anak muda melek digital marketing di Desa Tinggar, Kabupaten Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 39-43.

Azrianti, S. (2020). Sosialisasi E-commerce untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di RW 18 Kelurahan Tembesi Kecamatan Sagulung. *Minda Baharu*, 4(2), 99-105.

Laheng, S., Darmawati, Aliyas, Putri, D. U., Putri, I. W., & Adli, A. (2023). Penyuluhan Potensi

Komoditas Perikanan Kabupaten Tolitoli Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Siswa SMA Negeri 2 Tolitoli. *Jurnal Cendekia Mengabdikan Berinovasi Dan Berkarya*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.56630/jenaka.v1i1.223>

Nugroho, Y. A., Chidir, G., Novitasari, D., Sasono, I., Iskandar, J., Kurniawan, A., ... & Purwanto, A. (2023). Sosialisasi Sistem E-commerce pada Pemilik UMKM. *Journal of Community Service and Engagement*, 3(6), 5-10.

Wirdiani, N. K., Sudana, A. A. K. O., Rusjayanthi, N. K. D., & Githa, D. P. (2020). Pelatihan Dan Sosialisasi E-Commerce Usaha Kecil Kuliner Di Kelurahan Padangsambian. *Buletin Udayana Mengabdikan*, 19(1), 106-113.