

## Penerapan E-Commerce Dalam UMKM Kota Lhokseumawe

**Rozatul Ikhwa**

Universitas Malikussaleh

Email: [rozatul.220420033@mhs.unimal.ac.id](mailto:rozatul.220420033@mhs.unimal.ac.id)

**Rayyan Firdaus**

Universitas Malikussaleh

Email: [rayyan@unimal.ac.id](mailto:rayyan@unimal.ac.id)

Alamat: Jl. Kampus Unimal Bukit Indah, Blang Pulo, Kec. Muara Satu, Kota Lhokseumawe,  
Aceh 24355

Korespondensi penulis: [rozatul.220420033@mhs.unimal.ac.id](mailto:rozatul.220420033@mhs.unimal.ac.id)\*

**Abstract.** *With rapid developments in the fields of technology and information, people must start learning about the internet and staying connected to it. One of the things that is done is shopping online, or e-Commerce, which is a new lifestyle that is emerging at the moment. Large companies and UMKM utilize e-Commerce in the business world. As is the case in Lhokseumawe City, Banda Sakti District, Aceh Regency. The aim of this research is to apply e-Commerce to increase the competitiveness of UMKM.. Trade competition is normal. However, sellers, or manufacturers, have many ways to offer their goods or services. This can be via the internet, newspapers, magazines, etc. Therefore, an effective trading plan is needed for trading on this electronic platform. One of the UMKM in Lhokseumawe City which is the subject of this case study is to provide a complete picture of how e-Commerce is implemented in UMKM.*

**Keywords:** *E-Commerce, UMKM, Implementation of e-Commerce*

**Abstrak.** Dengan perkembangan pesat dalam bidang teknologi dan informasi, masyarakat harus mulai mempelajari internet dan tetap terhubung dengannya. Salah satu hal yang dilakukan adalah belanja melalui online, atau e-Commerce, merupakan salah satu gaya hidup baru yang muncul saat ini. Perusahaan besar dan UMKM memanfaatkan e-Commerce dalam dunia bisnis. Seperti halnya Di Kota Lhokseumawe, Kecamatan Banda Sakti, Kabupaten Aceh. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menerapkan e-Commerce dalam meningkatkan daya saing UMKM. Persaingan perdagangan merupakan hal yang wajar. Namun, penjual, atau produsen, memiliki banyak cara untuk menawarkan barang atau jasa mereka. Hal itu bisa melalui internet, surat kabar, majalah, dll. Maka dari itu, diperlukannya rencana perdagangan yang efektif untuk perdagangan di platform elektronik ini. Salah satu UMKM di Kota Lhokseumawe yang menjadi subjek studi kasus ini adalah untuk memberikan gambaran lengkap tentang bagaimana e-Commerce diterapkan dalam UMKM.

**Kata kunci:** E-Commerce, UMKM, Implementasi e-Commerce

### LATAR BELAKANG

Pemasaran produk atau layanan kepada konsumen dilaksanakan oleh (UMKM). Tujuan pemasaran UMKM ialah untuk meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan kejangkauan konsumen melalui digital marketing, yang menggunakan teknologi digital seperti smartphone, laptop, radio, dan lain-lain. Adanya alat ini akan mempercepat proses membuat, mengubah, menyimpan, dan menyampaikan data secara cepat, tepat, berkualitas, dan efisien. Sangat mudah untuk menjual atau membeli barang dalam rutinitas sehari-hari berkat kecanggihan internet modern. Dengan adanya e-Commerce dapat membantu UMKM mencapai pasar yang lebih luas. UMKM dapat menjual barang mereka secara nasional dan internasional dengan memiliki toko online. Karena alat digital marketing memiliki data

Received: Mei 31, 2024; Accepted: Juni 23, 2024; Published: Agustus 31, 2024

\*Rozatul Ikhwa, [rozatul.220420033@mhs.unimal.ac.id](mailto:rozatul.220420033@mhs.unimal.ac.id)

yang akurat, UMKM dapat menargetkan pasar yang lebih luas melalui pemasaran digital, juga dikenal sebagai e-Commerce. Pemasaran digital jauh lebih murah daripada strategi pemasaran konvensional. Digital marketing adalah suatu proses pemasaran produk atau jasa melalui media digital seperti yang kita lihat saat ini, contohnya seperti tiktok, shopee, Lazada, tokopedia, dan platform lain. Untuk UMKM, ini sangat penting karena memungkinkan pelanggan membeli barang mereka tanpa harus pergi ke toko atau toko fisik.

## **KAJIAN TEORITIS**

Salah satu aspek terpenting dari internet saat ini adalah perdagangan elektronik. Pertumbuhan peningkatan internet dan teknologi saat ini di Indonesia telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap transformasi perusahaan. Khususnya dimulai dengan pemasaran, pembelian, penjualan, interaksi dengan orang lain, dan lain sebagainya. Prosedur jual beli telah mengalami perubahan signifikan karena e-Commerce. Dengan e-commerce, pelanggan dan penjual tidak perlu bertemu langsung seperti pada jual beli tradisional. Apalagi definisi UMKM. Menurut Rudjito, UMKM diartikan sebagai usaha yang mempunyai peranan besar dalam perekonomian Indonesia dalam hal jumlah usaha maupun penciptaan lapangan kerja.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian deskriptif termasuk dalam penelitian ini. Dalam hal ini, menggunakan metode tinjauan literatur. Tinjauan literatur adalah ulasan literatur atau pustaka yang digunakan untuk melakukan survei tentang buku, artikel ilmiah, atau sumber lain yang berkaitan dengan teori, masalah, atau bidang penelitian tertentu. Berbagai model, seperti foto, rekaman video, dan wawancara, dapat memberikan informasi ini. Hasil Kajian menunjukkan bahwa pelaku usaha UMKM berusaha untuk menjadi lebih baik dalam e-Commerce dengan mengembangkan informasi teknologi seperti e-Commerce.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada era modern ini, e-Commerce memainkan peran penting dalam membantu pertumbuhan perusahaan. Dengan perkembangan teknologi yang berkembang dengan begitu cepat, sistem informasi tumbuh dengan cepat, yang membuat masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi terbaru. Dengan memanfaatkan e-commerce sebagai alat penjualan, UMKM juga dapat memanfaatkan sistem pemasaran yang lebih luas, mudah, dan rinci. Dengan demikian, masyarakat Kota Lhokseumawe telah mengenal e-Commerce sebagai alat penjualan

online. Karena masyarakat modern lebih suka membeli kebutuhan sehari-hari melalui e-Commerce. Pembayaran digital juga menjadi kebiasaan masyarakat. Para pelaku (UMKM) memanfaatkan peluang ini untuk berbisnis dengan berjualan secara online. Melakukan transaksi jual beli dengan pembayaran non-tunai juga lebih mudah.

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) membantu mengurangi angka pengangguran dengan menciptakan lapangan pekerjaan baru dan menciptakan sistem ekonomi yang lebih merata, mendukung perekonomian Indonesia saat dihadapkan pada krisis ekonomi sekalipun. Umumnya, usaha kecil masyarakat (UMKM) di Lhokseumawe didirikan berdasarkan ide atau inisiatif individu yang dikembangkan di beberapa festival, seperti UMKM Ahad Festival yang diadakan di Museum Lhokseumawe di Jalan Teuku Hamzah Bendanara, Kuta Blang, Banda Sakti, Kota Lhokseumawe. Festival ini menyediakan banyak jajanan makanan dan minuman serta berbagai macam barang lainnya untuk warga Kota Lhokseumawe dan sekitarnya. Festival ini beroperasi mulai dari hari sabtu sampai hari minggu saja pukul 07.00 hingga 13.00 siang. Festival ini menarik lebih banyak orang untuk berbisnis, dan membantu UMKM di daerah ini. Selain itu, Indonesia terus mengalami kemajuan pesat dalam teknologi informasi. Saat ini, peran teknologi informasi memengaruhi ekonomi dunia, terutama dalam hal e-Commerce. Ini termasuk pengembangan internet, ponsel pintar, penggunaan internet, dan teknologi komunikasi terbaru yang lebih cepat dan efisien, serta munculnya berbagai jenis media sosial dan e-Commerce.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah bahwa e-Commerce memainkan peran penting dalam pertumbuhan bisnis, terutama UMKM, karena memberikan akses lebih luas kepada masyarakat modern dan memudahkan transaksi. Festival seperti UMKM Ahad di Kota Lhokseumawe juga membantu dalam memperkenalkan dan mendukung UMKM lokal. Selain itu, pertumbuhan e-Commerce dan ekonomi Indonesia secara keseluruhan sangat didorong oleh kemajuan teknologi informasi, yang mencakup internet, media sosial, dan metode komunikasi.

Penelitian selanjutnya seharusnya mendorong pengembangan platform e-Commerce lokal yang dapat mengakomodasi kebutuhan dan karakteristik bisnis UMKM di wilayah tersebut serta menyusun regulasi yang jelas dan mengawasi transaksi e-Commerce untuk melindungi konsumen dan pelaku usaha dari potensi risiko dan penyalahgunaan

## **DAFTAR REFERENSI**

- Fitriani, D., & Hwihanus, H. (2023). Peranan sistem informasi manajemen terhadap perkembangan e-commerce dalam pengambilan keputusan bagi usaha UMKM. *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(1), 64-77.
- Khasanah, F. N., Samsiana, S., Handayanto, R. T., Gunarti, A. S. S., & Raharja, I. (2020). Pemanfaatan media sosial dan e-commerce sebagai media pemasaran dalam mendukung peluang usaha mandiri pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Sains Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51-62.
- Putra, A. R. (2020). Strategi e-commerce. *Jurnal Ekbis*, no. December, 1-5.
- Rakanita, A. M. (2019). Pemanfaatan e-commerce dalam meningkatkan daya saing UMKM di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak. *Journal Ekbis*, 20(2), 1280-1289.
- Sulistiani, H., Susanto, E. R., Puspaningrum, A. S., Marizki, G., & Neneng, N. (2022). Analisis pendukung keputusan memilih CMS e-commerce pada UMKM Orbs. *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 3(3), 347-353.