

## PENGEMBANGAN POTENSI DESA DAN PERLUASAN JARINGAN PEMASARAN MELALUI E-COMMERCE LOKAL BAGI PELAKU INDUSTRI RUMAHAN

Maimun<sup>1</sup>, Tarmizi<sup>2</sup>  
<sup>1,2,3</sup>STMIK Indonesia Banda Aceh

e-mail correspondensi: maimun@stmikiba.ac.id

### ABSTRAK

Dewasa ini perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didukung dengan perkembangan teknologi. Adanya revolusi industri 4.0 memberikan dampak positif terhadap perkembangan dunia usaha. Pemanfaatan teknologi mutakhir tepat guna dalam pengembangan usaha yang berdasarkan pada jiwa entrepreneur yang mapan akan dapat mengoptimalkan proses sekaligus hasil dari unit usaha yang dikembangkan. Pelatihan E-commerce pada industri rumah tangga memberikan manfaat pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Desa Sukajaya Muara Tiga untuk meningkatkan omset penjualan serta dapat mengembangkan usaha yang dijalaninya agar berkembang menjadi lebih besar lagi. Adanya website e-Commerce ini pelanggan yang didapat bukan hanya dari lingkup Sukajaya Muara Tiga Pidie Aceh saja, akan tetapi pelanggan bisa dari Sukajaya Muara Tiga bahkan bisa di luar Aceh, tentunya dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan perekonomian terutama didaerah desa, sehingga daerah desa menjadi terbuka peluang untuk bisa bersaing dikancah nasional maupun dikancah internasional. Proses pemesanan, proses penjualan dan stok barang bisa dilakukan dengan cepat dan akurat sehingga dapat membantu memonitoring usaha dan juga tentunya dapat meningkatkan omset penjualan bagi pelaku UMKM yang ada di Desa Sukajaya Muara Tiga .

*Kata kunci: E-commerce; Industri Rumah Tangga; UMKM*

### 1. PENDAHULUAN

Arsyad dan Kusuma (2014), disituasi sekarang ini yang mana di dunia mengalami pelemahan ekonomi, sehingga terjadinya penurunan pada berbagai sektor. Karena terjadinya pelemahan ekonomi disituasi pandemi saat ini maka dari itu perlu untuk kita mencari cara untuk mengatasi agar ekonomi tetap dalam kondisi yang stabil. Ekonomi sendiri merupakan hal yang penting dalam kehidupan sehari-hari, maka dari itu perkembangan masyarakat sangat bergantung pada ekonomi masyarakat itu sendiri. Dengan seiring perkembangan jaman, ekonomi mengalami banyak perkembangan dan inovasi. Ekonomi kreatif sendiri merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide, pengetahuan skill dan talenta, dari sumber daya yang dimiliki. Deriani(2017), ekonomi Kreatif adalah sebuah konsep yang menempatkan kreativitas dan pengetahuan sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi. Konsep ini telah memicu ketertarikan berbagai negara untuk melakukan kajian seputar Ekonomi Kreatif dan menjadikan Ekonomi Kreatif model utama pengembangan ekonomi. Di Indonesia, dalam Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional 2009-2015 (2008). Ekonomi Kreatif

didefinisikan sebagai berikut : “Era baru ekonomi setelah ekonomi pertanian, ekonomi industri, dan ekonomi informasi, yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya.” Definisi Industri Kreatif di Indonesia seperti yang tertulis dalam Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional 2009-2015 (2008) adalah : “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.” Dapat disimpulkan bahwa Ekonomi Kreatif dalam hubungannya dengan Industri Kreatif adalah kegiatan ekonomi yang mencakup industri dengan kreativitas sumber daya manusia sebagai aset utama untuk menciptakan nilai tambah ekonomi.

Djaslim (2012), mengingat peran ekonomi kreatif yang semakin meningkat bagi perekonomian suatu wilayah, utamanya terhadap pengembangan ekonomi berbasis UMKM, maka tidaklah berlebihan bila semakin banyak kota yang menjadikan ekonomi kreatif sebagai ujung tombak dan katalisator pengembangan ekonomi daerahnya, Untuk menjadi pemenang di tengah persaingan yang semakin ketat, menurut Florida (The Rise of Creative Class), kota-kota, daerah, dan provinsi harus lebih menumbuhkan “iklim orang-orang” yang dimotori oleh kaum muda, dengan semangat inovasi dan kreatifitas, mampu berperan layaknya Midas Touch, memoles sesuatu yang “biasa” menjadi “luar biasa”. Kementerian Perindustrian (Kemenperin) terus mendorong tumbuhnya usaha mikro, kecil, dan menengah serta wirausaha baru yang ada di Indonesia. Salah satu upaya dilakukan adalah mendukung perusahaan e-Commerce dalam memberdayakan usaha-usaha yang ada. Kementerian Perindustrian (Kemenperin) menginginkan produk yang dihasilkan oleh pelaku industri mikro, kecil dan menengah dalam negeri memenuhi platform e-Commerce.

Hamira, dkk (2019), perlunya pelatihan mengenai e-Commerce pada usaha kecil, kecil, dan menengah termasuk industri rumah tangga dalam mendorong keberhasilan UMKM untuk memperluas akses pasar. Pada Desa Sukajaya Muara Tiga banyak terdapat home industry mendukung perekonomian desa dan menyerap tenaga kerja masyarakat desa. Pemasaran hanya di tempat produksi dengan pangsa pasar masyarakat Desa Sukajaya Muara Tiga saja. Untuk mendongrak perekonomian serta perdagangan di Desa Sukajaya Muara Tiga diperlukan sebuah teknologi yang maju, cepat, dan sesuai dengan perkembangan jaman saat ini. Maka dari itu pentingnya pelatihan mengenai e-Commerce pada industri rumah tangga di Desa Sukajaya Muara Tiga .

## **2. METODE PENGABDIAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama 1 (satu) hari pada tanggal 15 April 2022 di Desa Sukajaya Muara Tiga Kab. Pidie Provinsi Aceh. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan, ceramah serta diskusi, dengan lingkup kegiatan berupa pelatihan e-commerce pada industri rumah tangga.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari program yang dijalankan dapat dikatakan layak. Dilihat dari mulai banyaknya masyarakat mengenal produk ekonomi kreatif dari Desa Sukajaya Muara Tiga Kab. Pidie Provinsi Aceh dengan menunjukkan ketertarikannya untuk membeli produk yang telah dipasarkan, sehingga program mahasiswa dalam pengembangan dan perluasan

usaha dapat dikatakan layak. Selain itu inovasi dan modifikasi terhadap produk juga menjadikan banyaknya produk baru yang lebih menarik baik dari hasil kerajinan tangan dan olahan keripik yang semakin bervariasi, sehingga lebih meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk tersebut. Modifikasi tersebut dilakukan tidak hanya untuk menarik perhatian konsumen secara offline namun juga berusaha untuk membuat produk tersebut lebih dikenal luas dan menarik perhatian konsumen secara online juga yaitu dengan memotret produk untuk diposting melalui media sosial atau e-commerce. Selain itu juga mahasiswa melakukan bazaar untuk pengembangan dan perluasan usaha ekonomi kreatif. Dalam melakukan bazaar mahasiswa berharap minat dari konsumen terhadap produk ekonomi kreatif lebih meningkat lagi dibandingkan sebelumnya.

Terdapat beberapa indikator Pendukung dan Keberhasilan yang telah dicapai Bidang Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan dan Perluasan Pemasaran Produk Ekonomi Kreatif, yakni (Hamzah dan Agustien, 2019):

1. Peningkatan produktifitas masyarakat dalam bidang ekonomi kreatif disebabkan permintaan konsumen yang meningkat.
2. Peningkatan kepuasan masyarakat pada produk yang dipasarkan.
3. Peningkatan pengetahuan masyarakat dalam pengelolaan produk ekonomi kreatif.
4. Membuka jalan usaha masyarakat agar semakin meningkat.
5. Hasil aspirasi yang dikelola lalu di praktekan untuk menjadikan produk ekonomi kreatif yang baru dan menarik.

Pemasaran melalui e-Commerce juga dapat memperluas jangkauan pemasaran pada usaha- usaha kecil seperti industri rumah tangga di Desa Sukajaya Muara Tiga . Perluasan jangkauan pemasaran akan meningkatkan penjualan dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Menggunakan e-commerce pelaku industri rumah tangga tentu bisa lebih mengenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas, melalui internet dan social media batasan wilayah dan jarak bisa diatasi, apalagi dengan adanya jasa kurir seperti PT POS, Jne, Tiki dan sebagainya. Dengan semakin dikenalnya produk dari sebuah industri rumah tangga maka secara otomatis konsumen juga semakin bertambah, dan hasilnya industri rumah tangga akan mampu berkembang hingga meningkatkan sumber lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat di Desa Sukajaya Muara Tiga . Pelaku usaha juga dapat mengemat biaya, tidak memerlukan ruko atau tempat pemasaran yang besar, hanya perlu memasarkan produk melalui e-Commerce. Kondisi ini menuntut industri rumah tangga untuk menjadi efisien dan mengenai sasaran.

#### 4. SIMPULAN

Dengan dikembangkan potensi daerah bidang ekonomi kreatif dapat meningkatkan juga taraf hidup masyarkat setempat. Karena tidak hanya kesejahteraan pemilik usaha saja yang meningkat namun lingkungan daerah Desa Sukajaya Muara Tiga Kab. Pidie Provinsi Aceh pun ikut meningkat. Potensi ekonomi kreatif ini perlu ditingkatkan lagi dan diperhatikan, tidak hanya oleh penduduk setempat namun pemerintah setempat juga. Dengan diperhatikannya potensi ekonomi kreatif di Desa Sukajaya Muara Tiga Kab. Pidie Provinsi Aceh akan meningkatnya juga proses produksi dan pengembangan usaha.

## 5. SARAN

Pergerakan pemuda sudah seharusnya didukung oleh otoritas setempat dan difasilitasi. Kepekaan terhadap lingkungan sekitar bisa menjadi langkah awal seorang pemuda untuk lebih peduli dengan lingkungan yang lebih besar. Meskipun program yang kami lakukan sederhana, namun demikian bisa menjadi solusi ketika hendak mengorganisir sebuah kegiatan dalam skala kecil bahkan besar.

## UCAPAN TERIMA

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ketua STMIK Indonesia Banda Aceh yang telah memberikan dukungan untuk melakukan pengabdian masyarakat, Keuchik yang telah memberikan ijin kepada kami untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, L. & Kusuma S. E. (2014). *Ekonomika Industri: Pendekatan Struktur, Perilaku, dan Kinerja*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Deriani, N. W. (2017). *Pemilihan Konsep E-Commerce dan Business Process Re-engineering Penjualan Produk Olahan Kopi*. Konferensi Nasional Sistem & Informatika.
- Djaslim, S. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Edisi Tiga. Bandung: CV. Linda Karya.
- Hamira, Mukhlis, & Robiani. B. (2019). *Analisis Strategi Harga, Strategi Produk, dan Keuntungan pada Industri Kerupuk Kemplang di Kota Palembang*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 17(1), 8-15.
- Hamzah, L. M., & Agustien, D. (2019). *Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. 8(2), 215-228.