

**PELATIHAN E-COMMERCE BAGI UMKM ACEH  
E-COMMERCE TRAINING FOR ACEH SMEs**

**Muhammad Bayu Wibawa<sup>1</sup>, Fahrizal<sup>2</sup>, Sadaam Hussein<sup>3</sup>**

Program Studi Teknik Informatika, Manajemen Informatika<sup>2</sup>, Ilmu Komputer<sup>3</sup>.

Fakultas Ilmu Komputer Universitas Ubudiyah Indonesia<sup>1</sup>,

Politeknik LP3I Jakarta<sup>2</sup>

Keguruan dan Ilmu Pendidikan<sup>3</sup>

E-mail: mbayuw@uui.ac.id<sup>1</sup>, fachrie\_zal@yahoo.com<sup>2</sup>, s.hussein@gmail.com<sup>3</sup>

**ABSTRAK.** UMKM merupakan salah satu usaha mikro yang memberdayakan industri rumahan atau handmade. Jumlah UMKM di Banda Aceh hanya 9.591, tahun 2018 naik jadi 10.944 dan semakin meningkat pada tahun 2019 menjadi 12.012 UMKM. Perkembangan dari tahun ke tahun disebabkan juga adanya pemanfaatan teknologi yang berkembang saat ini. *E-commerce* merupakan salah satu teknologi yang mendukung perkembangan UMKM dan perdagangan saat ini. *E-commerce* ini memberi pemanfaatan dalam peningkatan strategi pemasaran produksi. *E-commerce* dibangun dengan menggunakan aplikasi *wordpress* guna memudahkan para UMKM dalam mengelola bisnis mereka, sehingga para pelaku usaha dapat mempromosikan hasil usaha dengan mudah. Sasaran utama *E-commerce* ini adalah UMKM industri kerajinan tas Aceh, kopi Aceh dan masakan Aceh. Hasil dari Pengabdian Masyarakat menciptakan UMKM berbasis online sehingga pemasaran hasil produksi dapat dijangkau oleh masyarakat luar, baik itu dalam negeri maupun luar negara.

**Kata Kunci:** UMKM Aceh, *e-commerce*, *digital marketing*, *bisnis online* .

**ABSTRACT.** UMKM is a micro business that empowers home industry or handmade. the number of MSMEs in Banda Aceh was only 9,591, in 2018 it increased to 10,944 and increased in 2019 to 12,012 MSMEs. The development from year to year is also caused by the use of technology developed at this time. *E-commerce* is one of the technologies that support the development of MSMEs and trade today. This *e-commerce* provides utilization in increasing the production marketing strategy. *E-commerce* was built by using the *wordpress* application to facilitate MSMEs in managing their business, so that businesses can easily promote business results. The main targets of *E-commerce* are MSMEs in the Aceh bag handicraft industry, Aceh coffee and Aceh cuisine. The results of Community Service creates online-based MSMEs so that the production of production can be reached by outside communities, both within the country and abroad.

**Keywords:** *MSMEs in Aceh, e-commerce, digital marketing, online business*

## PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah. Berbagai upaya pengembangan UKM telah dilakukan, salah satunya dengan membangkitkan dan memperbanyak orang atau pengusaha baru di bidang UKM, sehingga masyarakat desapun diberi keterampilan

dengan harapan keterampilan tersebut menjadi sebuah usaha kreatif yang memberi manfaat bagi perekonomian

keluarga dan masyarakat desa. Selain itu, usaha kreatif tersebut juga dapat membukakan kesempatan dan lapangan kerja baru bagi masyarakat (Ananda, Suslowati, 2017).

Industri kreatif adalah industri

yang mengandalkan talenta, ketrampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui melalui penawaran kreasi intelektual (Muntahana, 2017).

Guna meningkatkan hasil produksi diperlukan strategi marketing yang baik, salah satunya dengan teknologi digital marketing. *Digital marketing* memudahkan promosi penjualan, seperti penggunaan media sosial yang banyak digunakan oleh para pemasar. Pemasaran melalui *digital marketing* agar jangkauannya luas dan biaya lebih murah. Keberadaan media sosial menjadi sarana bagi konsumen yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi baik berupa teks, gambar, audio, dan video dengan banyak pihak baik antar perusahaan kepada konsumen atau konsumen pada perusahaan (Kotler, 2012).

Hal ini yang menjadi alasan mengapa PKM ini mengambil tema Ecommerce yang berjudul “Pelatihan Ecommerce Bagi UMKM Aceh.. Kegiatan ini memberikan pelatihan pembuatan *website* bagi UMKM Aceh dengan menggunakan *wordpress* sekaligus cara pengeloannya. Selain itu juga diajarkan cara pemanfaatan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram* serta *WhatsApp Business*. Semua materi ini digunakan untuk

menunjang promosi produk dari UMKM. Aceh sehingga dapat meningkatkan penjualan bagi UMKM Aceh.

## METODE

Metode pelaksanaan PKM adalah sebagai berikut:

1. Survei PKM dan Pengurusan Perizinan Kegiatan.

Tahap ini Tim PKM datang langsung ke Dinas Koperasi , Usaha Kecil dan Menengah Aceh untuk meminta perizinan kegiatan serta melakukan survey mengenai kebutuhan Kegiatan.

2. Pelaksanaan PKM (Pelatihan)

Sesuai dengan tanggal yang telah ditentukan oleh tim PKM dengan tema kegiatan “Pelatihan Ecommerce Bagi UMKM Aceh”. Kegiatan ini dihadiri oleh berbagai UMKM dari setiap kabupaten Aceh.

3. Diskusi Penyusunan Laporan Akhir

Setelah semua kegiatan telah dilaksanakan, tim PKM mulai menyusun pembagian tugas laporan akhir. Selain itu dilakukan penentuan tanggal batas pengumpulan penyusunan laporan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari PKM ini memfokuskan pada kegiatan marketing guna mempromosikan produk dari hasil UMKM

dengan menggunakan teknologi berbasis website dan media sosial. Selain pembekalan bagaimana cara pemanfaatan *wordpress* sebagai media marketing mereka juga diajarkan bagaimana cara membuat studio mini yang berfungsi sebagai media untuk foto barang atau produk yang akan dipromosikan. Contoh studio mini dapat dilihat pada Gambar 1 dan 2.



Gambar 1. Merancang Studio Mini



Gambar. Pengambilan Gambar.

Gambar 1. Merupakan proses pembuatan studio mini yang berbahan utama dari kardus bekas dan beberapa bahan lainnya seperti kertas minyak, lakban dan penerang. Gambar 2 tahap pengambilan gambar dengan menggunakan studio mini yang telah dirancang

sebelumnya.

Dari pelatihan ini juga membuka gambaran bahwasanya untuk menjalankan bisnis UMKM tidak cukup dengan cara tradisional saja dengan menunggu pembeli datang ke toko ataupun kerumah rumah penghasil produk UMKM tetapi juga membutuhkan link dan promosi yang hebat salah satunya dengan teknologi ecommerce, digital marketing yang dapat menjangkau jutaan manusia sehingga produk UMKM dapat dilihat oleh calon konsumen dari dalam negara maupun luar negara.

## SIMPULAN

Pelaksanaan PKM berjudul Pelatihan Ecommerce Bagi UMKM Aceh. Pelatihan ini mengajarkan bagaimana cara mempromosikan produk berbasis online dengan memanfaatkan teknologi yang berkembang dan beberapa media sosial sebagai media marketing bagi UMKM. Hasil akhir dari pelatihan ini adalah masing-masing UMKM telah menghasilkan atau memiliki *website* sendiri untuk digunakan sebagai media promosi dan memiliki akun promosi dari setiap media sosial yang mereka gunakan termasuk menggunakan WhatsApp Business yang diintegrasikan dengan akun Instagram mereka secara otomatis.

### **UCAPAN TERIMAKASIH**

Terima kasih kepada Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Banda Aceh yang telah mengizinkan kepada kami untuk pelaksanaan PKM ini dan segenap panitia yang terlibat pada kegiatan PKM ini serta para peserta yang sangat antusias mengikuti pelatihan ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ananda Amin Dwi, Susilowati Dwi, Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang, Jurnal Ilmu Ekonomi Vol X Jilid X/Tahun Hal. 120 – 142.
- Mumtahana Hani Atun,dkk, 2017. Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. Vol. 3 No. 1 | Juni 2017
- Oktaviani Femi, Rustandi Diki,2018. Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PRofesi Humas*, Volume 3, No. 1, 2018, hlm. 1-20