

---

## **PENGEMBANGAN MEDIA *E-COMMERCE* SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN AKSES PASAR PADA GALERI UMKM WILAYAH KABUPATEN NAGAN RAYA**

Oleh :

**Banta Diman**

Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pelita Nusantara,

Email : Bantadiman@stiapennaganraya.ac.id

---

### **Article Info**

*Article History :*

*Received 16 Nov - 2022*

*Accepted 25 Nov - 2022*

*Available Online*

*30 Nov – 2022*

### **Abstract**

*The Handicraft Small and Medium Enterprises Gallery is a gallery facilitated to increase the marketing of handicraft products in the Nagan Raya district, so that it can encourage economic development for the community. One of the strategies that can be applied to increase the productivity of the Nagan Raya Regency Handicraft Small and Medium Enterprises Gallery is to apply digital-based promotional media so that it can expand market coverage and increase sales of products being marketed. The promotional media that will be developed in this research is a marketing promotion media based on E-Commerce. The development of e-commerce-based businesses is also inseparable from the development of the digital economy era which encourages all marketing sectors to utilize technology, so that Small and Medium Enterprises that are unable to optimize the use of technology will certainly find it difficult to develop and compete. The method for developing e-commerce-based marketing media is carried out by using the Rapid Application Development (RAD) method. The RAD method is a development method that can be carried out in a short time. The results of e-commerce development in this study were also carried out by implementing several stages as follows: planning stages, marketing media design stages, and implementation and evaluation stages. From the development results obtained, e-commerce development can increase market access that has a broad scope without having to be limited by space and time.*

---

*Keyword :*

*UMKM Gallery, Handicraft*

*Products, E-Commerce, Rapid*

*Application Development*

---

## **1. PENDAHULUAN**

Galeri Usaha Kecil Menengah Kerajinan Tangan merupakan galeri yang diinisiasi oleh kelompok Dewan Kerajinan Nasional Daerah Aceh yang berlokasi di desa simpang peut, kecamatan kuala, kabupaten Nagan Raya. Pendirian fasilitas galeri tersebut bertujuan untuk meningkatkan pemasaran produk kerajinan tangan yang ada di wilayah kabupaten nagan raya sehingga dapat mendorong peningkatan ekonomi bagi masyarakat (Safrina, 2021). Kegiatan fasilitas galeri usaha kecil menengah kerajinan tangan yang telah didirikan di wilayah kabupaten nagan raya beroperasi setiap hari senin

hingga jumat pukul 13.00 sampai dengan 16.00 wib dibawah pengelolaan Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kabupaten Nagan Raya. Berdasarkan hasil observasi awal letak Galeri Usaha Kecil Menengah Kerajinan Tangan Kabupaten Nagan Raya berada di wilayah yang strategis, jumlah kerajinan tangan yang dipasarkan juga cukup banyak dan menarik. akan tetapi tingkat penjualan serta produktifitas tidak berkembang secara maksimal. Salah satu penyebab belum berkembangnya usaha kecil menengah kerajinan tangan di wilayah Kabupaten Nagan Raya yakni cakupan akses pemasaran yang masih terbatas, kurangnya pemahaman dalam penggunaan

teknologi informasi dan belum tersedianya media promosi berbasis digital yang menjadi faktor utama penghambat pertumbuhan usaha kecil menengah di wilayah tersebut. (Iskandar, 2021)

Salah satu strategi yang dapat diterapkan dalam meningkatkan produktifitas Galeri Usaha Kecil Menengah Kerajinan Tangan Kabupaten Nagan Raya adalah dengan menerapkan media promosi yang berbasis digital sehingga dapat memperluas cakupan pasar dan meningkatkan penjualan produk yang dipasarkan (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Media promosi yang akan dikembangkan dalam penelitian ini merupakan media promosi pemasaran yang berbasis *E-Commerce*. dalam melaksanakan penelitian dengan mengembangkan media pemasaran berbasis *e-commerce* penulis melakukan diskusi dengan mitra yakni Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kabupaten Nagan Raya dalam menentukan nama domain yang mudah di ingat dan familiar dikalangan masyarakat aceh seperti kata *buet jaroe* yang memiliki arti kerajinan tangan. *buetjaroe.id* merupakan pengembangan pemasaran yang memanfaatkan digital serta teknologi sebagai kebutuhan dalam meningkatkan pemasaran dan dapat berkompetisi dalam persaingan bisnis secara global (Septriasih & Aminudin, 2017). Pengembangan usaha yang berbasis *e-commerce* juga tidak terlepas dari berkembangnya era ekonomi digital yang mendorong semua sektor pemasaran agar memanfaatkan teknologi, sehingga Usaha Kecil dan Menengah yang tidak mampu mengoptimalkan pemanfaatan teknologi dipastikan akan sulit berkembang dan bersaing (Ardiansyah et al., 2021).

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Salah satu upaya peningkatan kompetensi pelaku UMKM dalam

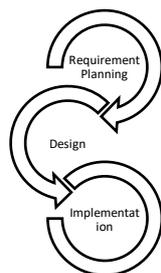
mewujudkan UMKM Go Digital di wilayah Kabupaten Nagan Raya maka penulis melakukan kajian terlebih dahulu yang terkait dengan Penelitian yang sudah dilakukan untuk membantu penulis dalam mengembangkan dan menerapkan UMKM Go digital di wilayah kabupaten Nagan Raya. Seperti Penelitian yang dilakukan oleh Aminah, dkk. Dengan judul artikel "*UMKM Go Online, Pengembangan Kompetensi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Provinsi DKI Jakarta Guna Mewujudkan Digital Preneur*" Salah satu upaya dalam mendukung langkah pemerintah menghadapi era indutsri 4.0 serta perkembangan teknologi yang sangat pesat dalam transformasi digital yang berbasis Artificial Intelligence maka dilakukan pengembangan dan peningkatan kompetensi pelaku UMKM dengan pelatihan soft skill, serta mendorong terbentuknya jiwa kewirausahaan yang berbasis digital (Aminah et al., 2021). Penelitian lainnya yakni penelitian yang dilakukan oleh Alnisa, dkk. dengan judul penelitian "*Pembinaan Kapasitas Manajemen "UMKM Go Digital Di Kabupaten Bogor"* bertujuan untuk meningkatkan kompetensi dibidang manajemen yang berbasis teknologi dengan memberikan pembinaan terkait materi manajemen pemasaran Blue Ocean Strategy, Kanvas Strategi, dan manajemen keuangan (Fadlillah et al., 2021)

Penelitian lainnya yang dilakukan Ida Ayu Agung Idawati, dkk. Membangkitkan kembali ekonomi masyarakat yang bertumpu pada sektor pariwisata dan jasa perdagangan dengan mengintensifkan promosi menggunakan media sosial sehingga mendorong UMKM untuk memperluas pasar serta meningkatkan penjualan (Ayu et al., 2021). serta penelitian yang dilakukan oleh Iwan Muhammad Ridwan, dkk. dengan judul artikel penelitian "*Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UMKM Warung Angkringan "WAGE" Bandung*" (Ridwan

et al., 2019) Penelitian ini dilakukan dengan pengelolaan warung angkringan untuk dapat bersaing dan memiliki strategi pemasaran yang mengikuti perkembangan teknologi seperti digital marketing sehingga dengan penelitian yang dilakukan pengelola warung memiliki kecakapan dalam mempromosikan produk yang dijual dengan teknologi yang berbasis digital

### 3. METODE

Metode pengembangan media pemasaran berbasis *e-commerce* dilakukan dengan menggunakan metode *Rapid Application Development (RAD)*. Metode *RAD* adalah metode pengembangan yang dapat dilakukan dengan waktu yang singkat, dengan metode pengembangan *RAD* media pemasaran *buetjaroe.id* dapat dilaksanakan sesuai dengan lama waktu penelitian yang telah ditentukan yakni selama empat bulan (Wijaya, 2021). Adapun tahapan yang dilakukan dalam penelitian dengan menggunakan metode *Rapid Application Development (RAD)* adalah sebagai berikut :



Gambar 3.1 Alur Penelitian Pengembangan *buetjaroe.id*

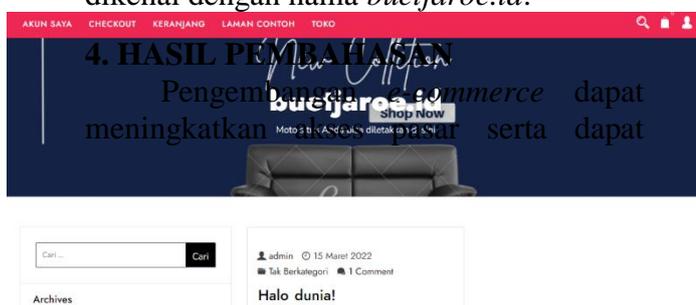
Dari gambar diatas dapat dilihat alur kegiatan pengembangan media pemasaran berbasis *e-commerce* dilakukan dengan tahapan analisis kebutuhan terlebih dahulu, baru selanjutnya dilakukan tahapan mendesain media yang nantinya akan dikenal dengan nama *buetjaroe.id*.

memperluas cakupan pasar yang sangat luas tanpa harus dibatasi oleh ruang dan waktu.(Hijrah, 2022). Adapun gambaran implementasi *e-commerce* yang dirancang dapat dilihat pada gambar 4.2 perancangan *e-commerce* dilakukan dengan menggunakan perangkat *content management system*, atau yang lebih dikenal dengan nama *cms* pemanfaatan aplikasi tersebut bertujuan agar memudahkan dalam proses pengembangan tanpa harus membutuhkan rancangan yang sulit dan waktu yang cukup lama. Serta menghemat biaya pengembangan. Salah satu metode pemasaran yang telah dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti pada gambar 4.1



Gambar 4.1 Tampilan Rancangan *e-commerce*

Implementasi perluasan akses pasar lainnya dapat dilakukan dengan pengembangan *e-commerce* sebagai sarana penjualan umkm galeri yang ada di wilayah kabupaten Nagan Raya.



*buetjaroe.id* sehingga media pemasaran dapat diakses dengan cakupan yang lebih luas. Untuk tahapan evaluasi nantinya

Gambar 4.2 Tampilan Rancangan *e-commerce*

Hasil pengembangan *e-commerce* pada penelitian ini juga dilakukan dengan menerapkan beberapa tahapan sebagai berikut :

#### 4.1 Tahapan Perencanaan

Tahapan perencanaan dilakukan dengan melakukan observasi ke fasilitas galeri untuk memperoleh data produk yang akan dipasarkan serta menggali informasi yang dibutuhkan agar media pemasaran yang akan dirancang sesuai dengan kebutuhan pada saat dipasarkan. Selain dilakukan observasi dan penggalan informasi juga dilakukan dokumentasi produk – produk untuk dapat ditampilkan pada media pemasaran yang akan dirancang. Tahapan perencanaan ini juga akan dikomunikasikan dengan mitra agar media pemasaran yang dirancang mencakup keseluruhan kebutuhan produk, nantinya juga akan dibuat buku panduan mitra yang dapat membantu mitra atau pengelola galeri dalam memanfaatkan media pemasaran

#### 4.2 Tahapan Desain Media Pemasaran

Tahapan desain media pemasaran dilakukan dengan mengerjakan beberapa tahapan desain sebagai berikut :

- a. Mendesain Gambar Produk
- b. Mendesain Data Flow Diagram
- c. Mendesain Database
- d. Mendesain Rancangan Tampilan

#### 4.3 Tahapan Penerapan dan Evaluasi

Tahapan penerapan dilakukan dengan menginstalasi folder yang telah di desain pada hosting yang akan disewa selama enam bulan pada perusahaan penyedia layanan hosting untuk memudahkan tahapan evaluasi, instalasi juga dilakukan dengan menggunakan nama domain

## 5. KESIMPULAN

Pengembangan *e-commerce* dapat meningkatkan akses pasar yang memiliki cakupan yang luas tanpa harus dibatasi oleh ruang dan waktu. Sehingga pengembangan *e-commerce* juga dapat meningkatkan produk kerajinan tangan yang diproduksi serta dipasarkan oleh kelompok pengrajin serta galeri umkm di wilayah kabupaten nagan raya. adapun dengan pengembangan aplikasi yang berbasis *e-commerce* diharapkan mendorong kesejahteraan para pelaku usaha UMKM yang ada di wilayah Kabupaten Nagan Raya

## DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, H., Susita, D., & Hamidah, H. (2021). Umkm Go Online! Pengembangan Kompetensi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di Provinsi Dki Jakarta Guna Mewujudkan Digital Preneuer. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 3(1), 56–63. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v3i1.69>
- Ardiansyah, M., Syariah, M. B., & Natal, S. M. (2021). UMKM GO ONLINE DI ERA EKONOMI DIGITAL (Studi Kasus Distributor PT. Mahkota Sukses Indonesia Di Kabupaten Lamongan) Oleh. *Binawakya*, 15(6), 4563–4572.
- Ayu, I., Idawati, A., Agung, A., Pradnyani, I., Luh, N., Indiani, P., & Warmadewa, U. (2021). *PARTA : Jurnal Penelitian Kepada Masyarakat Program UMKM Go Digital , Kampanye Zero Waste , dan Revitalisasi Obyek Wisata di Desa Kesiman Kertalangu , Kecamatan Denpasar Timur , Kota Denpasar Pendahuluan*. 2, 72–78.
- Fadlillah, A. M., Fadila, A., & Husniati, R.

- (2021). *Pembinaan Kapasitas Manajemen “UMKM Go Digital” Di Kabupaten Bogor*. 1(1), 1–7.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Hijrah. (2022). *RANCANG BANGUN WEBSITE WISATA HALAL KOTA BANDA ACEH Website memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan pariwisata yang dapat digunakan sebagai alat komunikasi masa ( Syaban et al ., 2018 ) terutama di kota banda jelas , serta juga berperan seb. April*, 78–84.
- Iskandar, T. D. (2021). *Produk UMKM Nagan Raya belum maju, begini dorongan Pemkab*. Antaranews.Com. <https://aceh.antaranews.com/berita/232794/produk-umkm-nagan-raya-belum-maju-begini-dorongan-pemkab>
- Ridwan, I. M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati, & Sofyan, I. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Penelitian Kepada Masyarakat*, 2(1), 137–142. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Safrina. (2021). *Ketua Dekranasda Aceh Luncurkan Galeri UMKM di Nagan Raya*. Website Resmi Pemerintah Aceh. <https://acehprov.go.id/berita/kategori/seni-budaya-hiburan/ketua-dekranasda-aceh-luncurkan-galeri-umkm-di-nagan-raya>
- Septriasih, A., & Aminudin, N. (2017). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Online Untuk Meningkatkan Hasil Pertanian Di Wilayah Kabupaten Pringsewu. *Konfrensi Mahasiswa Sistem Informasi*, 5(1), 25–31.
- Wijaya, Y. D. (2021). Penerapan Metode Rapid Application Development (Rad) Dalam Pengembangan Sistem Informasi Data Toko. *Jurnal SITECH: Sistem Informasi Dan Teknologi*, 3(2), 95–102. <https://doi.org/10.24176/sitech.v3i2.5141>