



Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui *E-Commerce*

Umratul Hasanatun ¹, Nur Aini ², Nurul Apriatun ³, Zihan Saputra ⁴,
Sultan Salahudin ⁵, Abdul Muad ⁶, Aris Munandar⁷

¹⁻⁷ Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, NTB

Korespondensi penulis : nurainigunawan0925@gmail.com

Abstract. *The aim of this research is to ascertain how to utilize electronic media, namely E-Commerce, for MSMEs in Ntobo Village to improve and develop business. The research used is descriptive research with a qualitative approach. The development of a woven business group uses initial capital with its own savings, innovates its production results, expands its marketing network, and completes its business facilities and infrastructure. Apart from that, facilitation from the Bima City Cooperatives and SMEs Department has given MSMEs access to capital sources, provided coaching and training, product promotion activities and expanded the marketing of woven products through E-Commerce. The development of MSMEs through e-Commerce is increasing because of the benefits that will be gained by MSMEs themselves, and can also make it easier for all groups to reach and access anywhere and anytime to carry out transactions via the internet.*

Keywords: *E-commerce, MSMEs, Business Development*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan bagaimana memanfaatkan media elektronik yaitu *E-Commerce* bagi UMKM Kelurahan Ntobo untuk meningkatkan dan mengembangkan bisnis usaha. Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengembangan kelompok usaha tenunan menggunakan modal awal dengan tabungan sendiri, melakukan inovasi untuk hasil produksinya, memperluas jaringan pemasaran, dan melengkapi sarana dan prasarana usahanya. Selain itu, fasilitasi dari pihak Dinas Koperasi dan UKM Kota Bima telah memberikan akses UMKM terhadap sumber-sumber permodalan, mengadakan pembinaan dan pelatihan, kegiatan promosi produk dan memperluas pemasaran produk tenunan melalui *E-Commerce*. Perkembangan UMKM melalui *e-Commerce* semakin meningkat karena adanya keuntungan yang akan didapatkan oleh UMKM itu sendiri, dan juga dapat memudahkan semua kalangan untuk menjangkau dan mengakses dimanapun dan kapanpun untuk melakukan transaksi melalui internet.

Kata Kunci : *E-commerce, UMKM, Pengembangan Usaha*

PENDAHULUAN

Ekonomi digital akan mendukung aktivitas-aktivitas ekonomi yang sudah ada. Ekonomi digital dipercaya mampu mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Melalui pemanfaatan teknologi ini produk-produk lokal Indonesia dapat memasuki pasar global. Ekonomi digital diharapkan dapat meningkatkan persaingan produk dan jasa dari level mikro hingga makro. *E-commerce* merupakan aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan internet. Meskipun konsumen dan penjual tidak bertemu langsung, transaksi tetap berjalan lancar. Dengan kata lain, *e-commerce* menawarkan kemudahan dalam berbelanja secara *online*. Peningkatan jumlah anggota *online shop* membuat nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan dimana pada tahun 2018 lalu mencapai Rp 77,766 triliun. Angka ini meroket

Received: Desember 10, 2023; Accepted: Januari 11, 2024; Published: Januari 30, 2024

* Nur Aini, nurainigunawan0925@gmail.com

151% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai Rp 30,942 triliun. Hal ini membuktikan bahwa bisnis melalui *e-commerce* semakin menjanjikan. Pertumbuhan pesat bisnis *e-commerce* ini disebabkan kebiasaan para konsumen yang mulai bergantung pada situs-situs *e-commerce* untuk membeli berbagai macam produk, terutama yang susah mereka temukan di toko-toko fisik. Serta, karena meningkatnya jumlah pengguna internet setiap tahun. Peningkatan bisnis *e-commerce* ini diharapkan juga bisa membantu perkembangan usaha para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *E-commerce* dapat menjadi peluang besar untuk pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnisnya serta memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga berpeluang menembus ekspor.

Keuntungan ***E-Commerce*** Peningkatan pesat bisnis *e-commerce* menunjukkan banyak sekali kelebihan yang ditawarkan. Dari sisi konsumen, tentu saja belanja secara *online* lebih praktis dari pada belanja secara konvensional pada toko retail. Konsumen bisa cepat memperoleh informasi tentang produk yang dibutuhkannya dan dapat melakukan transaksi pembelian dimana saja dan kapan saja, baik dari rumah, kantor, warnet, atau tempat lainnya secara *online*. Hanya menggunakan *gadget*-nya, konsumen bisa memilih barang, melakukan transfer pembayaran, dan menunggu barang datang. Dari sisi pelaku usaha, *e-commerce* tidak hanya membuka pasar baru bagi produk dan/atau jasa yang ditawarkan, tetapi juga mempermudah cara UMKM melakukan bisnis. *E-commerce* juga membuat operasional perusahaan menjadi lebih efisien. Pelaku usaha tidak perlu kantor dan toko fisik. Pelaku usaha bisa memasarkan produknya dari rumah atau dari mana saja. *E-commerce* juga sangat efisien dari sudut waktu. Pencarian informasi produk dan transaksi dapat dilakukan lebih cepat dan akurat.

Permasalahan-permasalahan dalam ***E-Commerce*** *E-commerce* di Indonesia memang mengalami perkembangan yang pesat. Namun, pesatnya itu seolah-olah hanya di lingkup Pulau Jawa dan kota-kota besar saja. Salah satu permasalahan utama adalah masih kurangnya infrastruktur yang ada dan belum merata ke pelosok Indonesia. Seperti yang kita ketahui, jantung dari *e-commerce* sendiri adalah teknologi internet. Sedangkan di tempat-tempat terpencil di Indonesia, jaringan internet masih terbatas. Dibutuhkan keseriusan pemerintah untuk secara bertahap membangun infrastruktur yang baik, dan mulai memperkenalkan internet pada masyarakat di pelosok Indonesia.

Untuk Daerah Kelurahan Ntobo yang menjadi kendala adalah masyarakat yang masih menjual hasil tenunan nya di para pengepul dan masyarakat Kelurahan Ntobo tidak paham

akan Teknologi yang sudah berkembang dan mereka masih menggunakan cara yang tradisional.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah Pengembangan UMKM Kelurahan Ntobo dapat Meningkatkan Penjualan?
2. Apakah UMKM Kelurahan Ntobo bisa meningkatkan Penjualan dengan menggunakan Sistem E-commerce?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Kelurahan Ntobo bisa meningkat dengan menggunakan system E-Commerce. Hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu Masyarakat Kelurahan Ntobo agar bisa meningkatkan penjualan nya, dengan ini hasil penelitian juga bisa bermanfaat bagi pelaku UMKM, efektifitas pengembangan UMKM, dan untuk meningkatkan kesejahteraan Masyarakat Kelurahan Ntobo. Sedangkan bagi Peneliti Penelitian ini memberikan pengetahuan yang sangat berarti dalam memahami secara mendalam, serta memberikan keterampilan dalam melakukan analisis terhadap berbagai masalah di era Teknologi yang semakin canggih.

KAJIAN PUSTAKA

1. Konsep Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Pada Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah:
 - 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
 - 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Berdasarkan definisi di atas maka pada intinya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

2. Manfaat UMKM bagi perekonomian daerah adalah meningkatkan pendapatan, memberdayakan masyarakat khususnya perempuan, mendapatkan pengalaman berwirausaha, memperkecil angka pengangguran di desa, pemereratrasa kebersamaan, mengembangkan potensi masyarakat, mengembangkan usaha yang telah ada sebelumnya, serta menumbuhkan rasa ingin maju dan sebagainya. Adapun manfaat UMKM bagi pelaku UMKM sendiri antara lain: adanya kebebasan finansial, memiliki kemampuan mengontrol diri sendiri, melakukan perubahan dalam hidup serta menggali potensi diri, pengabdian diri dan mendapatkan pengakuan atas usaha, tahan banting, lebih fokus pada konsumen, mudah beradaptasi, menjadi penggerak ekonomi masyarakat yang inovatif dan fleksibel.

3. Mengembangkan Sistem E-commerce untuk UMKM Kelurahan Ntobo
E-commerce untuk kemajuan UMKM Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Kelurahan Ntobo. Meningkatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak terlepas dari peran usaha UMKM. Khususnya kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) . Tahun 2018, kontribusi UMKM terhadap PDB nasional mencapai sekitar 60,34%. Secara jumlah, usaha kecil di Kelurahan Ntobo mempunyai 90%,. Seperti yang telah disebutkan, *e-commerce* bisa menjadi peluang besar bagi UMKM untuk memasarkan dan mengembangkan bisnisnya. Pemanfaatan *e-commerce* dapat dilakukan guna memperluas akses pasar, membuka lapangan pekerjaan serta memberikan dampak positif bagi berbagai sektor pendukung bisnis *e-commerce* lain yang pada akhirnya dapat memberi kontribusi bagi percepatan pertumbuhan ekonomi Masyarakat Kelurahan Ntobo. Namun, pelaku UMKM harus melakukan berbagai inovasi dalam menciptakan produk-

produk/jasa yang berkualitas dan berdaya saing yang kemudian pasarkan melalui *e-commerce*. Produk berkualitas akan mendorong minat beli konsumen sehingga melalui *e-commerce*, UMKM bisa meluaskan pasar dan mendapatkan pelanggan – pelanggan baru yang lebih banyak. Sehingga peluang ekspor juga bisa dicapai. Selain itu, harus juga diimbangi dengan pengelolaan administrasi yang baik. Perlu dilakukan pengembangan *website* dan *e-commerce* sebagai sarana untuk promosi dan pemasaran produk-produk usaha, sehingga akan meningkatkan jumlah penjualan dan meningkatkan pendapatan. Yang pada akhirnya akan mengembangkan UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengutamakan penggunaan metode yang sesuai dengan pokok permasalahan dalam penelitian yang dilakukan, Penelitian ini dilakukan agar diperoleh data yang relevan untuk dihas lebih lanjut. Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai UMKM yang terdapat di Wilayah Kelurahan Ntobo. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Data dalam penelitian ini yaitu :

1. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui E-Commerce pada UMKM Kelurahan Ntobo, Kecamatan Raba Kota Bima Nusa Tenggara Barat, Meliputi :
 - a. Pengembangan Secara Internal dari UMKM Kelurahan Ntobo, Kecamatan Raba Kota Bima Nusa Tenggara Barat di antaranya :
 1. Inovasi hasil tenunan
 2. Perluasan jaringan penjualan
 3. Pengembangan dari Teknik Tradisoanal dan Tehnik Modern
 - b. Pengembangan secara eksternal dengan adanya bantuan dari Dinas Koperasi dan Perdagangan Kota Bima antara lain :
 1. Pemberian akses UMKM terhadap sumber-sumber permodalan
 2. Pengadaan pembinaan dan pelatihan
 3. Perluasan penjualan produk
 4. Membantu mempromosikan hsail karya tenunan

2. Kendala dalam pengembangan UMKM Kelurahan Ntobo Kecamatan Mpunda Kota Bima, diantaranya :
 - a. Meningkatnya harga bahan baku
 - b. Memeliki permasalahan dalam permodalan
 - c. Kurangnya akses penjualan produk

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam empat tahapan menurut miles dan Huberman (1984) dalam Suprayogo dan Tobroni (2001, h. 192) :

1. Pengumpulan data, adalah proses mengumpulkan data digunakan untuk mendukung hasil penelitian.
2. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian, dan penyederhanaan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan.
3. Penyajian data adalah kegiatan penyajian sekumpulan informasi dalam bentuk teks naratif yang dibantu dengan metric grafik, jaringan, table dan bagan mana yang bertujuan untuk mempertajam pemahaman peneliti terhadap informasi yang di peroleh.
4. Penarikan kesimpulan adalah mencari arti, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposi. Penarikan kesimpulan dilakukan secara cermat dengan melakukan verifikasi berupa tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan sehingga data-data yang ada teruji validasinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengembangan UMKM melalui faktor eksternal dan internal pada UMKM Tenun Kelurahan Ntobo Kecamatan Raba Kota Bima Nusa Tenggara Barat.

Umkm merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian di Indonesia sehingga dalam pelaksyng baik sehingga dapat besaing dengan pasar Internasional.anaannya perlu dioptimalkan da digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat. Pengembangan ini tentu saja akan lebih berkembang dengan baik dengan adanya dukungan dari Pemerintah dalam memberikan fasilitas-fasilitas yang diperlukan sebagai penunjang pelaksanaan dan kemajuan usah yang dijalankan agar dapat menghasilkan kualitas produksi yang baik sehingga dapat besaing dengan pasar Internasional.

- a. Pengembangan secara Internal dari UMKM Kelurahan Ntobo, Kecamatan Raba Kota Bima Nusa Tenggara Barat.

Adapun potensial dan pengembangan yang dilakukan oleh UMKM Kelurahan Ntobo terdiri dari :

1. Pengadaan Permodalan
2. Inovasi hasil produksi
3. Perluasan jaringan pemasaran

- b. Pengembangan secara eksternal dengan adanya bantuan dari Dinas Koperasi dan Perdagangan Kota Bima

Peran pemerintah dalam rangka mengembangkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memang sangat diperlukan. Karena UMKM merupakan salah satu usaha yang memiliki potensi untuk meningkatkan perekonomian serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sehingga perlu adanya pemberdayaan dari segi sumber daya manusia sampai pada pengadaan sarana dan prasarana. Selain itu, ada banyak manfaat dari adanya UMKM yaitu dapat menyerap banyak tenaga kerja serta mengurangi tingkat pengangguran. “Tujuan mulia yang ingin dicapai sektor publik, yaitu kesejahteraan sosial (*social welfare*) dengan sendirinya menuntut tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Saat ini tuntutan agar pemerintah mampu secepatnya me-realisasikan pencapaian kesejahteraan sosial, semakin besar.”(Keban, 2008, h.17-18). Dalam hal ini peran Dinas Koperasi dan UKM Kota Bima merupakan kepanjangan tangan dari Pemerintah Daerah untuk membantu mengatasi permasalahan yang terjadi dalam pengembangan UMKM dalam hal produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, serta desain dan teknologi.

1) Pemberian akses UMKM terhadap Sumber-Sumber Permodalan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada umumnya mengandalkan pada modal sendiri dalam menjalankan usahanya, dan terkadang mereka terjebak dengan keterikatan rentenir mengingat masih rendahnya aksesibilitas terhadap sumber-sumber pembiayaan formal. Mengenai pemberian akses terhadap sumber-sumber pendanaan, Dinas Koperasi dan UKM Kota Bima telah memberikan akses bagi masyarakat terhadap modal awal. Kucuran dana yang diberikan bersumber dari pemerintah pusat (Kementerian Koperasi dan UKM) dan pemerintah provinsi Nusa Tenggara Barat.

2) Pengadaan Pembinaan Pelatihan

Pembinaan dan pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Bima merupakan wujud pemberdayaan sebagai motivasi atau dorongan bagi masyarakat untuk mengasah kemampuan yang mereka miliki serta dapat menjadikan bekal ilmu pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat dengan pelatihan digital (*E-commerce*) sehingga mampu membuka peluang usaha, karena mengingat bisnis digital saat ini sudah menjadi kebutuhan.

Keterbatasan SDM dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Disamping itu, minimnya pengetahuan mengenai teknologi akan menyulitkan mereka dalam meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan. Oleh karena itu betapa pentingnya program pembinaan dan pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Bima ini yang berguna untuk memberikan bekal ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam mengembangkan usaha yang dijalankannya.

3) Peningkatan Promosi produk

Dalam hal ini kegiatan peningkatan promosi produk yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bima yaitu berupa kegiatan seperti bazar atau pameran UMKM yang diadakan di tempat keramaian serta melakukan promosi melalui internet/teknologi digital (*E-commerce*) Kegiatan ini juga bekerjasama dengan pemerintah provinsi Nusa Tenggara Barat untuk mempermudah suatu wilayah dalam bekerjasama dengan provinsi lain. Dinas Koperasi dan UKM Kota Bima dalam hal ini melakukan kegiatan promosi produk rutin setiap tahun dengan lokasi yang berbeda-beda. Dengan keanekaragaman lokasi serta peserta UMKM dari seluruh penjuru di Indonesia, hal tersebut bermanfaat untuk memperluas jaringan pemasaran UMKM sampai ke tingkat internasional.

4) Perluasan Pemasaran Produk

Dalam hal ini Dinas Koperasi dan UKM Kota Bima telah memberikan sarana dalam pemasaran produk yaitu dengan mengadakan kegiatan pemasaran produk. Saat ini melalui sistem elektronik baik berupa internet, televisi maupun jaringan komputer lainnya, dengan *E-Commerce* Para UKM di Kelurahan Ntobo dapat dengan mudah menjangkau pasar lebih luas. Karena dengan internet jaringan pemasaran bisa dijangkau hingga ke luar negeri.

Manfaat *E-Commerce* Bagi Para Pelaku UKM Kelurahan Ntobo

- 1) Dapat menjangkau target pasar yang lebih luas
- 2) Semakin mudah untuk menentukan sasaran pelanggan (seperti profesi, usia, jenis kelamin, dsb)
- 3) Memudahkan pelaku UKM untuk memperoleh informasi lewat dunia digital
- 4) Membantu menjangkau pasar secara efektif dan efisien
- 5) Peningkatan ilmu pengetahuan baru seputar bisnis di dunia digital

Kegiatan ini dapat mendorong para peserta untuk mengembangkan usahannya, sehingga dapat menjadi penggerak ekonomi daerah dan mendorong pertumbuhan KUMKM di Bima

2. Kendala dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dilakukan oleh kelompok usaha “Tenunan” Kelurahan Ntobo Kota Bima

a. Meningkatnya Harga Bahan Baku

Bahan baku merupakan bahan pokok yang digunakan dalam mengolah suatu jenis bahan menjadi produk yang dapat dihasilkan dengan kreatifitas dan inovasi semaksimal mungkin. Kenaikan harga baku ini tentu saja mempengaruhi harga penjualan, apalagi bahan baku diperoleh dari supply, sehingga mereka memerlukan biaya yang lebih dibandingkan jika mendapatkan bahan baku milik sendiri. Inilah yang menjadi kendala karena mereka hanya akan mensuplai bahan baku sesuai budget yang mereka miliki. Otomatis produksi yang dihasilkan akan terbatas padahal permintaan pasar cukup banyak.

b. Sumber Daya Manusia yang Terbatas

Sumber daya manusia adalah aspek terpenting dalam melakukan usaha. Dari hasil penelitian, mayoritas ilmu pengetahuan serta keterampilan diturunkan dari generasi sebelumnya. Oleh karena itu dari segi kreatifitas mereka kurang bisa mengembangkan kemampuan yang dimilikinya.

c. Memiliki Permasalahan dalam Permodalan

Modal adalah faktor terpenting dalam membuka usaha. Karena UMKM merupakan usaha rumahan yang mengandalkan modal sendiri, maka dalam permodalan ini memerlukan bantuan dari pemerintah. Pengusaha UMKM di Kelurahan Ntobo

mengaku bahwa mereka menggunakan modal dari tabungan sendiri. Walaupun untuk awal pengumpulan modal mereka sangat kesulitan.

d. Kurangnya Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan hal penting dalam menunjang pengembangan UMKM. Karena itu, sarana dan prasarana dalam melakukan usaha harus mendukung. Seperti sarana dalam pemasaran produk atau sarana dalam proses pembuatan produk.

e. Kurangnya Akses Pemasaran Produk

Di Kelurahan Ntobo, pengusaha UMKM Tenunan memiliki lokasi yang saling berdekatan. Produk yang dihasilkan pun juga sama. Oleh karena itu, persaingan di dalam pemasaran produknya merupakan hal yang wajar terjadi. Sebenarnya hal ini tidak perlu terjadi jika pengusaha tenunan mampu meningkatkan kreativitas mereka dengan memproduksi bahan baku kain dengan motif berbeda dengan pengusaha tenunan lain. Tetapi disini pengusaha kurang dapat mengeksplor segala kreativitas yang dimiliki untuk menunjang kemajuan dalam mengembangkan usahanya. Karena dengan adanya persaingan seperti itu mereka akan semakin sulit untuk memasarkan hasil produknya. Inilah yang menjadi kendala mereka di dalam memasarkan hasil produknya

PENUTUP KESIMPULAN

Pengembangan kelompok usaha tenun Kelurahan Ntobo, Kecamatan raba Kota Bima dalam meningkatkan potensi serta kemajuan usahanya dilakukan dengan beberapa cara, antara lain:

- a. Pengadaan permodalan, mayoritas pengusaha Tenunan memulai usahanya menggunakan modal dengan tabungan sendiri.
- b. Inovasi hasil produksi, untuk menarik daya minat masyarakat se-bagai konsumen pengusaha tenunan telah melakukan inovasi terhadap hasil produksinya dengan berbagai macam corak mapun warna agar masyarakat tidak bosan dan dapat memilih sesuai selera. Inovasi ini terbukti lebih meningkatkan daya tarik masyarakat.
- c. Perluasan jaringan pemasaran, pengusaha tenunan mengadakan pameran atau bazar serta menggunakan teknologi digital/internet (*E-commerce*) sebagai sarana dalam memasarkan hasil produksinya berbekal pelatihan yang diberikan oleh Dinas Koperasi

dan UKM Kota Bima serta memasarkannya ke media social maupun toko-toko online .
Dari situlah jaringan pemasaran semakin meluas hingga ke kota-kota lainnya.

Faktor yang dapat mendukung UMKM dalam menggunakan *e-Commerce* juga dari faktor trust yaitu kepercayaan konsumen terhadap UMKM tersebut. Oleh karena itu, dalam rangka mengembangkan dan memperbanyak konsumen tentu juga di butuhkan faktor kepuasan pelanggan, itikad baik pemasok, reputasi serta pengakuan dari pihak ketiga.

Sejauh ini perkembangan UMKM melalui *e-Commerce* semakin meningkat karena adanya keuntungan yang akan didapatkan oleh UMKM itu sendiri, dan juga dapat memudahkan semua kalangan untuk menjangkau dan mengakses dimanapun dan kapanpun tidak terhitung waktu untuk melakukan transaksi melalui media teknologi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Robustin, Tri Palupi, et al. "Pelatihan Pemasaran Online (Online Marketing) pada Usaha Kerajinan Qusna Akar Trendy Craft." Progress Conference. Vol. 5. No. 2. 2022.
- Mustofa, Dinar, Surya Atmaja, and Nadila Al Azhar. "Pelatihan Penggunaan Aplikasi Marketplace pada Pelaku UMKM Desa Melung Sebagai Media Pemasaran Online." Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia 1.1 (2021): 7-12
- Indonesia, Republik. "UU No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah." Diakses dari [http://www. bi. go. id](http://www.bi.go.id) pada 31 (2008).
- Zunaidah, A., Askafi, E., & Daroini, A. (2021). Peran usaha bumdes berbasis pertanian dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Manajemen Agribisnis: Jurnal Agribisnis*, 21(1), 47-57.
- Azzahra, B., & Wibawa, I. G. A. R. P. (2021). Strategi optimalisasi standar kinerja UMKM sebagai katalis perekonomian indonesia dalam menghadapi middle income trap 2045. *Inspire Journal: Economics and Development Analysis*, 1(1), 75-86.
- Anggraeni, F. D. (2013). Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus pada kelompok usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).