

## ANALISIS PLATFORM E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PEMASARAN DI UMKM DI KECAMATAN BENGKALIS

Dwi natasya<sup>1</sup>, Rio Febrian Saven Saputra<sup>2</sup>, Yenni Refilina<sup>3</sup>, Titin Sumarni<sup>4</sup>  
 natasyad244@gmail.com<sup>1</sup>, riobkn28@gmail.com<sup>2</sup>, yennirefilina@gmail.com<sup>3</sup>,  
 titinijal@gmail.com<sup>4</sup>  
 Stain Bengkalis

### ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis peran platform e-commerce dalam meningkatkan efektivitas pemasaran UMKM di Kecamatan Bengkalis. Dengan perkembangan teknologi, penggunaan platform digital seperti Shopee, Facebook Marketplace, Instagram Shop, dan TikTok Shop telah menjadi tren, mempermudah transaksi antara konsumen dan penjual. Survei menunjukkan bahwa 50% UMKM di Bengkalis telah menggunakan Shopee dalam satu tahun terakhir. UMKM berkontribusi signifikan terhadap ekonomi Indonesia, termasuk di Riau dengan pertumbuhan 5-10% per tahun, namun UMKM di Bengkalis belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah Kabupaten Bengkalis berkolaborasi dengan KADIN meluncurkan platform soodu.id, yang bertujuan mendukung digitalisasi bisnis UMKM melalui berbagai sub-program seperti toko online, pusat produk unggulan, jejaring UMKM, layanan edukasi digital, dan pencatatan keuangan digital. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka, mengumpulkan data dari jurnal, buku, dan dokumen terkait. Hasil menunjukkan bahwa pengembangan dan optimalisasi platform e-commerce dapat meningkatkan efektivitas pemasaran UMKM dengan meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan keuntungan. Implementasi e-commerce melalui soodu.id diharapkan dapat mendongkrak perekonomian daerah dan memberikan dampak positif bagi ekonomi provinsi Riau secara keseluruhan. Kolaborasi ini merupakan langkah penting menuju pembangunan lingkungan bisnis lokal yang lebih digital, inovatif, dan kuat.

**Kata Kunci:** Platform, E-Commerce, UMKM, Bengkalis.

### ABSTRACT

*This study analyzes the role of e-commerce platforms in enhancing the marketing effectiveness of SMEs in Bengkalis District. With technological advancements, the use of digital platforms such as Shopee, Facebook Marketplace, Instagram Shop, and TikTok Shop has become a trend, facilitating transactions between consumers and sellers. Surveys indicate that 50% of SMEs in Bengkalis have used Shopee in the past year. SMEs significantly contribute to Indonesia's economy, including Riau, with a growth rate of 5-10% per year, but SMEs in Bengkalis have not yet optimally utilized digital technology. To address this, the Bengkalis Regency government, in collaboration with KADIN, launched the soodu.id platform, aimed at supporting the digitalization of SME businesses through various sub-programs such as online stores, product centers, SME networks, digital education services, and digital financial recording. This study employs a literature review method, gathering data from related journals, books, and documents. The results indicate that the development and optimization of e-commerce platforms can enhance SME marketing effectiveness by increasing productivity, efficiency, and profits. The implementation of e-commerce through soodu.id is expected to boost the regional economy and have a positive impact on the overall economy of Riau province. This collaboration is a crucial step toward building a more digital, innovative, and robust local business environment.*

**Keywords:** Platform, E-Commerce, UMKM, Bengkalis

### PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya teknologi di berbagai sektor, termasuk sektor industri, menggeser perlahan kebiasaan masyarakat beralih ke dalam gengaman smartphone teramasuk dengan belanja yaitu dengan adanya berbagai platform digital. Platform digital ini bermanfaat untuk memudahkan pengguna nya yaitu dapat menghemat waktu dan tenaga. Ini juga berdampak kepada kemudahan pelaku bisnis. Dengan

berkembangnya hal ini, banyak pelaku usaha mulai mempelajari untuk penggunaan platform gital ini.

Dengan adanya media digital, konsumen dan penjual tidak perlu terhubung secara langsung namun bisa menggunakan aplikasi untuk melakukan transaksi. Data survei dalam 5 tahun terakhir menunjukkan bahwa setengah dari seluruh responden UMKM telah menggunakan platform e-commerce Shopee dalam satu tahun terakhir untuk menyelesaikan bisnis online mereka. Angka tersebut menunjukkan bahwa ini adalah 50% dari total responden.

Di kalangan UMKM, diinginkan untuk memiliki pengalaman berjualan di Platform digital e-Commerce. Selain Shopee, UMKM juga banyak menggunakan Facebook Marketplace (33,46 persen), instgram shop (28,74 persen), dan TikTok shop (20,87 persen) sebagai pasar online. Selanjutnya, 17,32% UMKM menyediakan layanan distribusi pangan (layanan internet) melalui layanan internet.

UMKM merupakan salah satu pemasok pemasukan terbesar di Indonesia, termasuk Riau dengan pertumbuhan 5-10 % dengan berbagai bidang yaitu dibagi menjadi bidang perdagangan dengan jumlah 77.156, bidang jasa 19.656, bidang produksi 12.760, bidang industri 11.320, dan selebihnya pada bidang lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan staf Ahli Gubernur Bidang Hukum dan Politik diperoleh data, (berdasarkan BPS provinsi Riau), UMKM mencapai angka 367.696, dimana daerah Pekanbaru dengan jumlah terbanyak daridapa kabupaten lain, yaitu mencapai 68.728, kemudian daerah Kampar mencapai 44.891, kemudian Bengkalis dengan jumlah 42.029. Sedangkan Rohil 27.074, Inhu mencapai 26.488, dan Siak mencapai 21.450. di ikuti oleh Dumai dengan mencapai 20.782 dan Palalawan dengan jumlah paling kecil yaitu 13. 824.

Bengkalis menduduki posisi ke-4 di provinsi Riau dalam jumlah UKM. Hal yang dilakukan oleh UKM Bengkalis ialah dengan melakukan promosi melalui kedai toko atau informasi melalui teman atau kerabat terdekat. Hal ini mempengaruhi perkembangan pelaku Usaha di Kecamatan Bengkalis, namun dengan menduduki posisi ke-4 untuk UKM, Bengkalis masih belum cukup optimal dalam menggunakan teknologi platform digital. Hal ini dikarenakan pelaku usaha yang gaptek.

Dengan melihat kondisi ini, pemerintah Kabupaten Bengkalis berkolaborasi dengan KADIN, membuat suatu platform bernama soodu.id. Masuri selaku ketua KADIN Kabupaten Bengkalis berahap mengatasi tantangan ini, UMKM di Bengkalis diharapkan berkembang di pasar digital dan dapat mendongkrak perekonomian daerah. Kolaborasi ini merupakan langkah penting untuk menciptakan lanskap bisnis lokal yang lebih digital, inovatif, dan kuat, serta berdampak positif pada ekonomi provinsi Riau secara keseluruhan.

Program ini dilaksanakan melalui sosialisasi door to door dari desa ke desa untuk memperkenalkan pentingnya digitalisasi bisnis melalui 5+1 Sub program dari Soodu.id yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM, yaitu Toko Online dan Pasar Digital Soodu.id, SooduMall Pusat Produk Unggulan, Soodumerchant (wadah berkumpul UMKM untuk membangun jejaring dengan tagline #PahlawanUMKMDaerah), Soodupedia (layanan edukasi dan literasi digital bagi UMKM), Soodupos (layanan pencatatan keuangan digital bagi UMKM), dan Soodublog (publikasi berita terkini terkait program ini, artikel menarik, dan tips trick untuk UMKM go digital).

## **METODE PENELITIAN**

Dalam tulisan ini, penulis menggunakan metode penelitian library research, yaitu dengan mengumpulkan referensi-referensi yang terkait dengan judul penelitian. Studi pustaka yang biasa disebut juga kepustakaan yang diartikan dengan berbagai macam tindakan yang berdekatan pada penghimpunan data pustaka , membaca,dan mencatat

serta mengolah bahan penelitian. Lalu penghimpunan data yang dipakai pada penelitian ini di laksanakan dengan mendalami, menelusuri dan menganalisis berbagai sumber pilihan seperti jurnal, buku, dan dokumen-doumen. Berserta sumber- sumber data atau informasi yang di anggap sesuai dengan penelitian ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Pengembangan Platformm E-Commerce Dalam Meningkatkan Efektifitas Pemasaran di UMKM Kecamatan Bengkalis**

Efektivitas menggambarkan seluruh siklus input, proses dan output yang mengacu pada hasil guna daripada suatu organisasi, program atau kegiatan yang menyatakan sejauhmana tujuan (kualitas, kuantitas, dan waktu) telah dicapai, serta ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya dan mencapai target-targetnya. Sedangkan Electronic Commerce (E-Commerce) merupakan salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk produk dengan memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Untuk mengukur sejauh mana E-Commerce dinyatakan efektif atau tidaknya dilakukan dengan membandingkan antara rencana yang telah ditentukan dengan hasil nyata yang telah diwujudkan.

Adapun kriteria untuk mengukur efektivitas suatu organisasi ada tiga pendekatan yang dapat digunakan, yakni

#### **a. Pendekatan Sumber (resource approach)**

Pendekatan ini mengukur efektivitas dari input dan mengutamakan adanya keberhasilan organisasi untuk memperoleh sumber daya, baik fisik maupun nonfisik yang sesuai dengan kebutuhan organisasi.

#### **b. Pendekatan Proses (process approach)**

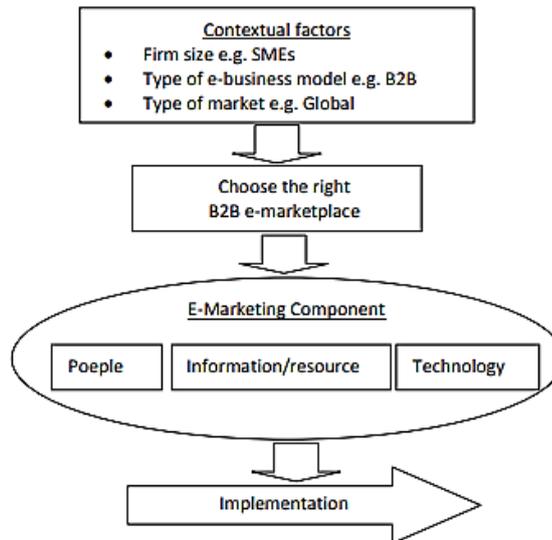
Pendekatan ini lebih menekankan pada sejauh mana efektivitas pelaksanaan program dari semua kegiatan proses internal atau mekanisme organisasi. Berdasarkan fakta yang didapat dilapangan bahwa proses pelaksanaan dari kegiatan layanan ECommerce maupun diterapkannya ECommerce oleh pelaku usaha sudah berjalan dengan skala baik. Dari segi komunikasi ditunjukkan dengan adanya pengakuan dari sumber informan bahwa komunikasi vertikal dan horizontal yang lancar dalam pelaksanaan program, begitu pula dengan adanya usaha dari setiap dinas dan pelaku usaha sendiri untuk mencapai tujuan penerapan ECommerce yang telah direncanakan.

#### **c. Pendekatan Sasaran (goals approach)**

Selanjutnya pendekatan ini memusatkan perhatian pada output, mengukur keberhasilan organisasi untuk mencapai hasil (output) yang sesuai dengan rencana. Senada dengan fakta yang ditemukan dilapangan bahwa telah terjadi peningkatan produktivitas serta keuntungan yang bertambah hingga daya tahan usaha dari pelaku usaha . Hal tersebut tentu telah sesuai dengan indikator pencapaian efektivitas dalam pendekatan ini yakni diantaranya efisiensi organisasi, produktifitas yang tinggi, keuntungan yang maksimal, pertumbuhan organisasi, stabilitas organisasi, dan kesejahteraan karyawan.

### **2. Optimalisasi Penggunaan Platform E-Commerce Dalam Meningkatkan Pemasaran di UMKM Kecamatan Bengkalis**

Dalam penggunaan platform E-commerce perlu memperhatikan dalam transaksi. Misalnya menyiapkan tempat bisnis, owner, produk dan jasa , perantara pihak ketiga, mitra, dan lainnya. Platform E-Commerce dibuat untuk kita bekerjasama untuk sebuah proyek. Agar dapat terintegrasi dengan pelanggan dengan cara yang efektif. Roadmap to e-marketing framework dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



**Gambar 1. Roadmap to e-marketing Framework**

Gambar tersebut menjelaskan bahwa integrasi teknologi dan bisnis saling terhubung untuk mengimplentasikan platform e-commerce yakni people, informasi, teknologi, agar nilai bisnis dan perkembangan bisnis online uang kompetitif dengan memperhatikan beberapa aspek yaitu:

- Sharing pengalaman antar owner
- Pengoptimalisasi jam kerja yang di kerjakan dalam pemasaran produk
- Bisnis yang responsif
- Bisnis yang global dan virtual

Optimalisasi produk UKM pada Kecamatan Bengkalis masih dilakukan secara konvensional dengan melibatkan customer dan pelaku usaha. Produk UKM yang dipasarkan seperti produk makanan dan kerajinan tangan. Makanan khas Kecamatan Bengkalis yaitu aneka dodol, aneka jenis manisan, keripik ubi, madu lebah, amplang tenggiri dan lain sebagainya, sementara produk kerajinan seperti kerajinan manik, kerajinan anyaman dan kerajinan kayu. Sedangkan hasil kerajinan tenun yang terkenal di Kecamatan Bengkalis yaitu Tenun Lejo, dimana produk tersebut masih dipasarkan secara lokal khususnya pada tempat penjualan yang ada didaerah Kecamatan Bengkalis seperti Mikro, Center Mart, toko-toko dan pasar yang telah disediakan oleh pemerintah Kabupaten Bengkalis. Pengujian sistem B2B e-Marketplace sebagai media promosi produk UKM dan supplier dibagi menjadi tiga hak akses yaitu pengelola sistem (admin), UKM, dan supplier, dimana masing-masing memiliki hak akses dan halaman utama yang berbeda, namun untuk menu home, login dan registrasi UKM dan supplier baru mempunyai bentuk form yang sama. hal ini dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2. Halaman Utama e-Marketplace UKM Bengkalis**

UKM dan supplier sebelum mendapatkan hak akses terlebih dahulu melakukan registrasi untuk menginputkan biodata dan username dan password, kemudian username dapat digunakan sebagai pengguna sistem dan dapat melakukan promosi produk UKM dan produk supplier. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar Gambar 3.



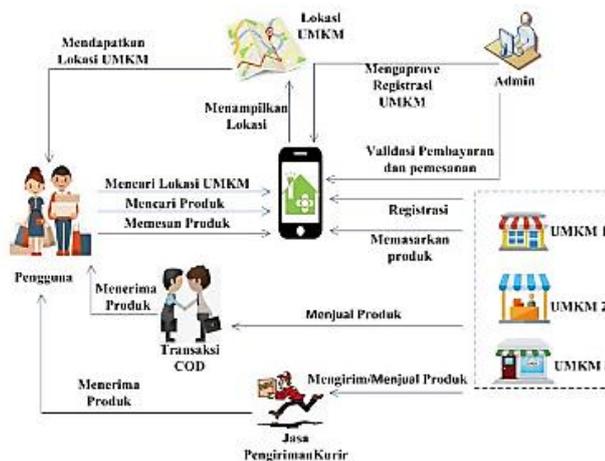
**Gambar 3. Form Registrasi dan Form Login**

Selanjutnya menunjukkan halaman utama hak akses UKM, dimana setiap UKM dapat mempromosikan produk yang tersedia sehingga mempermudah pelanggan untuk melihat dan melakukan transaksi pembelian.



**Gambar 5. Produk Berdasarkan Nama UKM**

Berikut hasil desain prototipe aplikasi jual beli online produk UMKM, dapat dilihat pada Gambar 6.



**Gambar 6. Hasil desain jual beli produk UMKM**

Gambar 6. tentang aplikasi jual beli produk UMKM berbasis android. Pada aplikasi ini terdapat 3 users. Pengguna dapat mencari informasi tentang produk yang dihasilkan oleh UMKM serta melakukan transaksi jual beli dengan 2 tipe pembayaran melalui COD (Cash on Delivery) maupun dengan jasa kurir. UMKM melakukan registrasi dan jika sudah diverifikasi oleh admin, kemudian UMKM dapat menambahkan produk yang dihasilkannya didalam aplikasi. Admin meverifikasi data UMKM dan pengguna, kemudian untuk alamat UMKM admin harus menambahkan titik koordinat (latitude dan longitude) kedalam aplikasi agar bisa menampilkan lokasi dari UMKM.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa platform e-commerce memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas pemasaran UMKM di Kecamatan Bengkalis. Meskipun kontribusi UMKM terhadap perekonomian daerah dan nasional cukup signifikan, pemanfaatan teknologi digital masih belum optimal di Bengkalis. Implementasi platform digital seperti soodu.id yang diluncurkan oleh pemerintah Kabupaten Bengkalis bekerja sama dengan KADIN menunjukkan potensi besar dalam mendukung digitalisasi UMKM. Program ini diharapkan mampu meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan keuntungan UMKM, serta berdampak positif terhadap perekonomian daerah dan provinsi. Penggunaan platform e-commerce memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, mengatasi kendala teknis, dan meningkatkan daya saing di era digital.

## **REFERENSI**

- Arisandi, Yuswan Tio. "Kebijakan Dan Manajemen Publik Efektivitas Penerapan E-Commerce Dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah Di Sentra Industri Sandal Dan Sepatu Wedoro Kabupaten Sidoarjo." *Jurnal Kebijakan Manajemen dan Publik* 6, no. 2 (2018)
- Institute for Development of Economics and Finance (INDEF). "Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan Umkm Di Indonesia." LAPORAN FINAL (2024)
- Kadin, Umum, Provinsi Riau, Pelaksana Tugas, Harijan Kadin, Yukki Nugrahawan, Ketua Umum, and Kadin Riau. "Kadin Berkolaborasi Dengan Soodu . Id Untuk Dorong Digitalisasi UMKM." *Siaran Pers*, no. September (2023).
- Kasmawi, Mansur, and Diah Angraina Fitri. "Sistem Informasi Promosi Produk: Studi Pada Usaha Kecil Menengah Kabupaten Bengkalis." *Digital Zone: Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi* 9, no. 1 (2018): 59–70.
- Kriswibowo, S I P Arimurti, and A Widiyarta. *Digitalisasi Umkm Pasca Pandemi Covid-19 Di Riau. Prosiding Konferensi Nasional Administrasi Negara Sinagara*. Researchgate.Net, 2020
- Mansur. "Business To Business (B2b) E-Marketplace Sebagai Media Promosi Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM)." *Buletin Bisnis dan Manajemen* 01, no. 01 (2015)
- Nabiil Salasa Ramadan, Niki Ayu Purwanti, Siti Maysaroh, and Nurbaiti. "Usaha Pengembangan Umkm Melalui E-Commerce." *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 1, no. 4 (2022)
- Natania, Abigael Tesalonika, and Renny Dwijayanti. "Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi UMKM." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 12, no. 1 (2024).
- Pratiwi, An nisa Eka, Febri Yanti Nur, and Idha Dwi Firdayanti. "Manfaat Media Digital Dalam Pemasaran Online Produk Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Kandangan, Kecamatan Benowo, Kota Surabaya." *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 10, no. 3 (2021)
- Widia Syahputri. "Desain Prototipe Sistem Jual Beli Online Produk Umkm Bengkalis." *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer* 4, no. 1 (2018)