



# Optimalisasi Pemasaran Menggunakan E-Commerce Untuk Peningkatan Penjualan Mie Aceh

Putri Intan Suri<sup>1</sup>, Helen Parkhust<sup>2</sup>, Faradina Zevaya<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Jl. Jambi – Muara Bulian No.KM. 15, Mendalo Darat, Kec. Jambi Luar Kota,

Kabupaten Muaro Jambi, Jambi. Telpon : 0741-583122.

Email Korespondensi: [putriintansuri@unja.ac.id](mailto:putriintansuri@unja.ac.id)

**Abstract.** *In the digital era, the use of e-commerce has become a sophisticated technology for micro, small and medium enterprises (MSMEs) to increase sales and expand market reach. E-commerce technology offers easy access to the global market, efficiency of digital transactions, and reduced operational costs. Mie Aceh as one of Indonesia's traditional culinary delights that is rich in flavor and has great potential to be marketed more widely through digital platforms. This study aims to optimize the marketing strategy of Mie Aceh using e-commerce to increase sales and product competitiveness. This community service activity was carried out at Mie Aceh Nanggroe Sp3, Jl. HOS. Cokroaminoto No.77, Simpang III Sipin, Jambi City. The community service methods used in this community service are lectures, discussions and training with a personal and interactive approach. Business owners receive material on the basic concepts of e-commerce, its benefits and challenges, as well as practical training on account creation, product management, transactions, and promotions on the Grab e-commerce platform. The results of this community service activity show that there is a significant increase in the understanding and skills of business owners related to e-commerce. Business owners are becoming more confident in managing online stores and utilizing digital technology to maximize sales potential and strengthen their position in a competitive market.*

**Keywords:** *marketing, e-commerce, Mie Aceh*

**Abstrak.** Dalam era digital, penggunaan e-commerce telah menjadi teknologi yang canggih bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Teknologi e-commerce menawarkan kemudahan akses ke pasar global, efisiensi transaksi digital, dan pengurangan biaya operasional. Mie Aceh sebagai salah satu kuliner tradisional Indonesia yang kaya rasa dan memiliki potensi besar untuk dipasarkan secara lebih luas melalui platform digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran Mie Aceh menggunakan e-commerce guna meningkatkan penjualan dan daya saing produk. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Mie Aceh Nanggroe Sp3, Jl. HOS. Cokroaminoto No.77, Simpang III Sipin Kota Jambi. Metode pengabdian yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu ceramah, diskusi dan pelatihan dengan pendekatan personal dan interaktif. Pemilik usaha menerima materi tentang konsep dasar e-commerce, manfaat dan tantangannya, serta pelatihan praktis tentang pembuatan akun, pengelolaan produk, transaksi, dan promosi di platform e-commerce Grab. Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwasanya adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan pemilik usaha terkait e-commerce. Pemilik usaha menjadi lebih percaya diri dalam mengelola toko online dan memanfaatkan teknologi digital untuk memaksimalkan potensi penjualan dan memperkuat posisi di pasar yang kompetitif.

**Kata Kunci :** *pemasaran, e-commerce, Mie Aceh*

## PENDAHULUAN

Perkembangan pesat di bidang Teknologi Informasi (IT) telah memberikan kemudahan bagi pengguna khususnya pelaku bisnis untuk menjalankan dan mengembangkan

---

\* Putri Intan Suri, [putriintansuri@unja.ac.id](mailto:putriintansuri@unja.ac.id)

aktivitas bisnis dan usahanya (Rehatalanit, 2021). Inovasi dalam IT ini menawarkan berbagai alat dan platform yang mempermudah berbagai aspek bisnis, mulai dari manajemen operasional hingga interaksi dengan pelanggan. Salah satu inovasi dalam bidang IT adalah e-commerce, yang telah menjadi alat yang sangat bernilai bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. E-commerce memfasilitasi pelaku usaha dalam mengakses pasar global dengan cara yang lebih mudah dan efisien, meningkatkan penjualan dengan mencapai lebih banyak pelanggan secara online, memudahkan transaksi dengan pembayaran digital, serta mengurangi biaya operasional (Sudiantini et al., 2023)

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku bisnis saat ini adalah kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi yang terus berkembang. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dituntut untuk dapat beradaptasi dengan cepat dan berkompetisi secara efektif dengan memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha (Arumsari et al., 2022). Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi faktor krusial dalam meningkatkan daya saing. Pemahaman dan penerapan teknologi e-commerce, dapat memberikan keuntungan signifikan bagi UMKM agar tetap relevan dan bertahan di pasar yang terus berkembang.

Bisnis kuliner adalah jenis bisnis yang berfokus pada makanan dan minuman, memiliki banyak pesaing karena hambatan untuk memasuki pasar ini relatif rendah. Permintaan yang tinggi dari konsumen membuat persaingan di pasar makanan juga sangat ketat (Sartika & Wahyu Ruyanti, 2019). Bisnis kuliner telah mengalami perubahan besar seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital (University, 2018). Transformasi digital ini tidak hanya mengubah cara produksi dan distribusi makanan, tetapi juga mempengaruhi cara konsumen bertransaksi dengan bisnis kuliner. Internet dan aplikasi digital telah mendigitalisasi bisnis kuliner dengan memperkenalkan berbagai inovasi yang mempermudah proses pemesanan, pengiriman, dan promosi produk makanan. Bisnis kuliner tradisional seperti Mie Aceh, juga tidak luput dari dampak transformasi digital ini.

Mie Aceh sebagai salah satu kuliner tradisional Indonesia yang memiliki cita rasa yang khas dan digemari oleh banyak kalangan. Tentunya ini menjadi potensi besar untuk dipasarkan lebih luas melalui platform e-commerce. Hal ini tentunya akan

memungkinkan produk ini tidak hanya menjangkau pelanggan lokal tetapi juga memperluas cakupan ke pasar nasional. Namun, banyak pelaku usaha Mie Aceh yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi e-commerce. Beberapa tantangan yang sering dihadapi antara lain kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola platform e-commerce, keterbatasan sumber daya, serta persaingan dengan produk-produk kuliner lainnya yang lebih dulu memasuki pasar digital. Oleh karena itu, penting untuk mengoptimalkan strategi pemasaran Mie Aceh menggunakan e-commerce agar produk ini dapat dikenal lebih luas.

Pendekatan holistik dapat mengintegrasikan berbagai aspek untuk mendukung kemajuan dan keberhasilan bisnis kuliner ini secara menyeluruh. Melalui kegiatan pengabdian diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang e-commerce serta keterampilan praktis yang diperlukan untuk mengelola bisnis online dengan sukses. Program ini dirancang untuk mengedukasi pemilik usaha Mie Aceh mengenai konsep dasar e-commerce, strategi pemasaran digital, dan pengelolaan transaksi online, sehingga dapat mengoptimalkan penggunaan platform e-commerce untuk meningkatkan penjualan dan daya saing produk.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan di usaha Mie Aceh Nanggroe Sp3, Jl. HOS. Cokroaminoto No.77, Simpang III Sipin Kota Jambi. Metode kegiatan pengabdian masyarakat yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi : a. Metode Ceramah, pemilik usaha diberikan pemahaman mendasar tentang e-commerce. Materi yang diberikan dalam kegiatan pengabdian ini mencakup konsep dasar e-commerce, termasuk definisi dan berbagai model bisnis yang dapat diterapkan, seperti B2B (business-to-business), B2C (business-to-consumer), dan C2C (consumer-to-consumer). Membahas manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan e-commerce, seperti peningkatan jangkauan pasar dan efisiensi operasional serta tantangan yang mungkin dihadapi pelaku usaha dalam mengimplementasikan e-commerce. b. Metode tutorial, pemilik usaha diajarkan langkah-langkah untuk pembuatan akun hingga produk siap dijual di Grab Food. Langkah awal dimulai dengan pembuatan akun, pengaturan profil, dan pengelolaan toko online. Pemilik usaha juga diajarkan cara menambahkan produk, mengedit deskripsi, mengatur harga, dan mengelola stok. Proses ini memastikan bahwa produk dapat dengan mudah ditemukan dan dibeli oleh pelanggan secara online. c. Metode diskusi memberikan

kesempatan kepada pemilik usaha untuk berbagi pengalaman, pandangan, dan tantangan yang mereka hadapi dalam menggunakan e-commerce. Diskusi ini juga membuka ruang untuk saling belajar, bertukar ide, dan menemukan solusi inovatif terhadap masalah yang dihadapi. Melalui interaksi ini, pemilik usaha dapat memperdalam pemahaman mereka tentang e-commerce dan mendapatkan dukungan dari sesama pelaku usaha.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan mengadakan pelatihan yang mencakup pemberian materi, praktik, dan diskusi. Kegiatan ini difokuskan pada pengenalan dan penerapan e-commerce dalam bisnis, khususnya untuk pengusaha Mie Aceh. Berikut hasil dan pembahasan dari setiap bagian kegiatan:

### **1. Penyampaian Materi**

Pada tahap penyampaian materi, pemilik usaha menerima informasi dasar mengenai e-commerce, termasuk konsep-konsep pentingnya. Mengajarkan tentang berbagai platform e-commerce, fitur-fitur penting, dan bagaimana platform tersebut dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan. Pemilik usaha diperkenalkan pada evolusi e-commerce dan bagaimana perkembangannya telah mengubah cara berbisnis secara global, berbagai model bisnis e-commerce beserta perbedaan dan keunggulannya, serta mempelajari manfaat dan tantangan yang mungkin dihadapi. Penyampaian materi dilakukan pendekatan personal dan interaktif melalui dialog dua arah.

### **2. Pelatihan e-commerce**

Pelatihan praktis tentang e-commerce diadakan untuk memberikan pengalaman langsung kepada pemilik usaha. Dimulai dari pembuatan akun e-commerce pada aplikasi Grab Food: pemilik usaha diajarkan cara membuat akun di platform e-commerce beserta mempraktikkan pengisian informasi profil, pengaturan toko, dan upload produk. Pengelolaan produk dan stok: mempelajari cara mengatur daftar produk, termasuk menambah produk baru, mengedit deskripsi, mengatur harga, dan mengelola stok. Hal ini penting untuk menjaga ketersediaan produk di toko online. Transaksi dan pengiriman: simulasi transaksi online dilakukan untuk memperkenalkan proses penjualan, mulai dari pemesanan hingga pengiriman barang. Pengaturan metode pembayaran dan biaya pengiriman. Pemasaran dan promosi: memberikan tips dan trik dalam mempromosikan produk di Grab Food, termasuk penggunaan fitur iklan dan promosi.



### 3. Diskusi

Diskusi ini dirancang untuk membuka ruang interaktif di mana pemilik usaha dapat menyampaikan permasalahan spesifik yang dialami baik pada saat menjelaskan materi, praktik maupun pengalaman terkait dengan e-commerce. Diskusi ini tidak hanya memperkaya pengetahuan dan keterampilan tetapi juga memperkuat jaringan dan dukungan kolektif.



Pemilik usaha menyadari pentingnya memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi operasional. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil memberikan dampak positif yang ditunjukkan dengan minat yang besar untuk

terus mengembangkan bisnis melalui e-commerce. Hal ini diharapkan dapat menjadi langkah awal yang baik untuk meningkatkan daya saing di pasar yang semakin digital.

## **PENUTUP**

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan pada usaha Mie Aceh, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan terlaksana dengan baik dan meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemilik usaha Mie Aceh dalam mengelola bisnis online. Adapun e-commerce yang diperkenalkan kepada pemilik usaha adalah Grab Food yang dirasa mudah untuk digunakan. Dengan bertambahnya pengetahuan dan wawasan pemilik usaha tentang pemanfaatan e-commerce diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan.

## **SARAN**

Untuk selanjutnya perlu peningkatan keterampilan berkelanjutan dengan terus mengikuti pelatihan perkembangan teknologi dan strategi pemasaran digital terbaru. Pemilik usaha sebaiknya membangun jaringan dan kolaborasi dengan sesama pelaku usaha dan komunitas bisnis lokal. Pemilik usaha juga harus terus berupaya untuk menawarkan produk berkualitas dan pengalaman pelanggan yang memuaskan untuk membangun loyalitas pelanggan dan meraih ulasan positif. Penting untuk secara rutin mengevaluasi performa e-commerce dan strategi pemasaran yang diterapkan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 11(1), 92. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Rehatalanit, Y. L. . (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5(0), 62–69. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>
- Sartika, F., & Wahyu Ruyanti, R. (2019). Strategi Pemasaran Mie Khas Aceh Pada Restoran Mie Aceh Razali. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 10(1), 1–8. <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JInoMan>

Sudiantini, D., Surya, A. A., & ... (2023). Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Penjualan Mie Aceh Mutiara. *IJM: Indonesian ...*, 1, 2338–2344. <https://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/view/520>

University, S. C. (2018). *Kesiapan Industri Makanan dan Minuman Indonesia Terhadap Perkembangan Teknologi*.