

## ABSTRAK

Muhammad Nur Salim. NIM. ES – 16006. Penerapan *E-commerce* dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Konveksi UMKM (Studi Kasus pada UMKM Usaha Konveksi di Kecamatan Gebog)

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan penerapan *e-commerce* dalam meningkatkan daya saing produk konveksi UMKM oleh para pengusaha. Dengan menggunakan kerangka berfikir deduktif-induktif penulis telah mengidentifikasi dan menggambarkan apa saja motif pelaku usaha, bagaimana strategi penggunaan *e-commerce* oleh pengusaha berbagai manfaat yang diperoleh oleh pengusaha (UMKM) konveksi dalam menerapkan *e-commerce*, dan problematika apa saja yang dialami oleh pelaku usaha UMKM konveksi dalam menerapkan *e-commerce*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode penelitian survei, dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran, lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antara berbagai fenomena yang diselidiki. Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini adalah delapan belas pengusaha UMKM Konveksi di Kecamatan Gebog Kudus. Sedangkan objek penelitian ini adalah penggunaan layanan *e-commerce* oleh para pengusaha dalam rangka meningkatkan daya saing usahanya. Selain itu, penulis menggunakan *open questionnair*, *independent interview*, dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data.

Hasil dari penelitian ini adalah para pengusaha memiliki beberapa motivasi untuk menggunakan layanan *e-commerce*, yakni mempermudah pemasaran dan transaksi, memperbanyak konsumen, dan faktor efisiensi waktu dan biaya dalam pemasaran; dalam menggunakan layanan *e-commerce*, para pengusaha memiliki strategi tersendiri, yaitu memberikan pelayanan yang baik dan respon yang cepat kepada pembeli, menawarkan harga terbaik dan potongan harga, dan giat berpromosi kepada rekan dan kenalan; adapun manfaat yang diperoleh para pengusaha dalam menggunakan layanan *e-commerce* adalah kemudahan dalam memasarkan produk, mengurangi biaya sewa toko/ruko atau mendirikan cabang, transaksi jual beli lebih cepat, dan menambah wawasan dalam mengikuti trend dalam jual beli; para pengusaha juga mengalami problematika dalam menggunakan layanan *e-commerce*, yakni kurangnya keahlian dalam mengelola aplikasi atau fitur yang ditawarkan oleh layanan *e-commerce*, membutuhkan perangkat teknologi untuk memasarkan barang, mengatur manajemen waktu dalam beriklan, dan menjaga komitmen keterpercayaan pelanggan.

**Kata Kunci:** *E-commerce*, *Daya Saing*, *UMKM usaha Konveksi*

**ABSTRACT**

*Muhammad Nur Salim. NIM ES - 16006. Application of E-commerce in Improving the Competitiveness of MSME Convection Products (Case Study at MSME Convection Business in Gebog District)*

*This study aims to explain the application of e-commerce in improving the competitiveness of MSME convection products by entrepreneurs. By using a deductive-inductive framework of thinking the writer has identified and described what are the motives of business actors, how the strategy of using e-commerce by entrepreneurs various benefits obtained by entrepreneurs (MSMEs) of convection in implementing e-commerce, and what problems are experienced by the actors MSME business is a convection in implementing e-commerce.*

*This research uses a qualitative descriptive approach using survey research methods, with the aim to make a systematic, factual and accurate description, picture, and painting of the facts, nature and relationships between the various phenomena investigated. The research subjects in this study were eighteen Convection MSME entrepreneurs in Gebog Kudus District. While the object of this research is the use of e-commerce services by entrepreneurs in order to improve the competitiveness of their businesses. In addition, the authors use open questionnaires, independent interviews, and documentation as data collection techniques.*

*The results of this study are entrepreneurs who have some motivation to use e-commerce services, namely to facilitate marketing and transactions, multiply consumers, and time and cost efficiency factors in marketing; in using e-commerce services, entrepreneurs have their own strategies, namely providing good service and fast response to buyers, offering the best prices and discounts, and actively promoting partners and acquaintances; As for the benefits obtained by entrepreneurs in using e-commerce services, is the ease of marketing products, reducing the cost of renting a shop / shop or setting up a branch, buying and selling faster, and adding insight in following trends in buying and selling; entrepreneurs also experience problems in using e-commerce services, namely lack of expertise in managing applications or features offered by e-commerce services, requiring technological tools to market goods, managing time management in advertising, and maintaining commitment to trust customers.*

**Keywords:** *E-commerce, Competitiveness, MSME Convection Business*

## الملخص

مُجَّد نور سالم . NIM. ES - 16006 . تطبيق التجارة الإلكترونية في تحسين القدرة التنافسية للمنتجات الحراري ( MSME دراسة حالة في MSME Gebog District) في Convection Business

تهدف هذه الدراسة إلى شرح تطبيق التجارة الإلكترونية في تحسين القدرة التنافسية لمنتجات الحمل MSME من قبل رجال الأعمال . من خلال استخدام إطار استراتيجي استقرائي للتفكير ، حدد الكاتب ووصف دوافع الجهات الفاعلة في مجال الأعمال ، وكيف أن استراتيجية استخدام التجارة الإلكترونية من قبل رواد الأعمال مختلف الفوائد التي يحصل عليها رجال الأعمال (MSME) من الحمل الحراري في تنفيذ التجارة الإلكترونية ، وما هي المشاكل التي يواجهها الفاعلون تعد المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة (MSME) بمثابة حمل في تنفيذ التجارة الإلكترونية.

تستخدم هذه الدراسة منهجًا وصفيًا نوعيًا باستخدام طرق البحث في المسح ، بهدف تقديم وصف وصورة ورسومات منهجية وواقعية ودقيقة للحقائق والطبيعة والعلاقات بين مختلف الظواهر التي تم التحقيق فيها . كانت الموضوعات البحثية في هذه الدراسة ثمانية عشر من رواد الأعمال الذين يحملون شعارًا للمشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم في منطقة جيوج كودوس . في حين أن الهدف من هذا البحث هو استخدام رجال الأعمال لخدمات التجارة الإلكترونية من أجل تحسين القدرة التنافسية لأعمالهم . بالإضافة إلى ذلك ، يستخدم المؤلفون استبيانات مفتوحة ومقابلات مستقلة وتوثيقًا كطرق لجمع البيانات.

نتائج هذه الدراسة هي رجال الأعمال الذين لديهم بعض الدوافع لاستخدام خدمات التجارة الإلكترونية ، أي لتسهيل التسويق والمعاملات ، ومضاعفة المستهلكين ، وعوامل التكلفة والوقت في التسويق ؛ في استخدام خدمات التجارة الإلكترونية ، يمتلك رواد الأعمال استراتيجياتهم الخاصة ، وهي تقديم خدمة جيدة واستجابة سريعة للمشتريين ، وتقديم أفضل الأسعار والخصومات ، والترويج بنشاط للشركاء والمعارف ؛ أما الفوائد التي حصل عليها رواد الأعمال في استخدام خدمات التجارة الإلكترونية ، فهي سهولة تسويق المنتجات ، وتقليل تكلفة استئجار متجر / متجر أو إنشاء فرع ، وشراء وبيع أسرع ، وإضافة نظرة ثاقبة في الاتجاهات التالية في الشراء والبيع ؛ يواجه رواد الأعمال

أيضاً مشاكل في استخدام خدمات التجارة الإلكترونية ، وهي نقص الخبرة في إدارة التطبيقات أو الميزات التي تقدمها خدمات التجارة الإلكترونية ، والتي تتطلب أدوات تكنولوجية لتسويق السلع ، وإدارة الوقت في الإعلان ، والحفاظ على الالتزام بثقة العملاء.

*الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية ، القدرة التنافسية ، الأعمال التجارية الصغيرة  
الملابس المتوسطة*

