

Analisis Trend Perkembangan Bisnis *Online Shop* di Kabupaten Aceh Tengah

Ikhwan Noviard¹, Ismail Gemasih²

¹IAIN Takengon, Ikhwan.fe08@gmail.com

²Mahasiswa IAIN Takengon

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah memberikan dampak yang positif terhadap pengelolaan bisnis dari berbagai aspek, mulai dari promosi hingga pemasaran. Teknologi tidak lagi hanya menjadi pilihan, melainkan suatu keharusan bagi pelaku bisnis modern. Hal ini disebabkan oleh potensi efisiensi yang dapat dihasilkan dalam mengelola biaya, seperti penghematan dalam promosi dan iklan melalui media digital. Salah satu fenomena menarik yang muncul akibat perkembangan teknologi adalah munculnya bisnis online yang mendapatkan momentum lebih cepat pasca pandemi Covid-19. Masyarakat yang semakin terkoneksi secara digital telah mendorong pertumbuhan bisnis online di berbagai sektor. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis trend perkembangan dan kendala yang dihadapi oleh bisnis online di Kabupaten Aceh Tengah. Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa bisnis online di Kabupaten Aceh Tengah mengalami perkembangan yang cukup positif. Dukungan dari pemerintah daerah dalam bentuk pelatihan dan fasilitasi telah membantu pelaku bisnis online dalam mengembangkan usaha mereka. Namun, terdapat kendala yang perlu diatasi, terutama terkait dengan kemampuan bagi para pelaku usaha online shop untuk mengelola permodalan meekwa dikarenakan adanya kebutuhan sehari-hari yang harus dipenuhi. Meskipun demikian, para pelaku usaha tetap melakukan peningkatan kualitas produk untuk bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat

Kata kunci: *Perkembangan, Bisnis, Online*

I. PENDAHULUAN

Era industri 4.0 merupakan suatu era dimana penerapan teknologi memiliki peranan penting di setiap aspek kehidupan manusia. Pada era ini teknologi menjadi sebuah kebutuhan primer dimana individu tidak dapat terlepas dari kebutuhan akan teknologi tersebut. Begitu pentingnya manfaat teknologi yang dirasakan oleh semua lapisan masyarakat sehingga teknologi dianggap sebagai suatu kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat.(Andriyanti, 2021)

Makin banyaknya masyarakat yang melek akan teknologi serta sadar akan manfaat dari teknologi telah mulai mengubah pola hidup mereka melalui implementasi teknologi di berbagai bidang kehidupan dikarenakan teknologi mampu memebrikan kemudahan serta menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan(Dkk, 2020)

Perkembangan teknologi yang makin pesat telah membawa dampak yang positif bagi kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh Masyarakat. Dampak tersebut terlihat dari aktivitas bisnis yang dilakukan oleh Masyarakat

dimana Masyarakat memiliki ketergantungan yang tinggi akan teknologi dalam menjalankan segala aktivitas atau kegiatan bisnis seperti melakukan promosi serta penjualan.(Asim, 2019)

Bisnis online seperti Online Shop merupakan salah satu bentuk bisnis yang mengedepankan teknologi dalam setiap aspek bisnis yang dilakukan seperti promosi, penjualan, maupun pembayaran. Kegiatan bisnis ini sendiri lebih mengedepankan pemanfaatan media sosial serta berbagai *PLatform* digital lainnya seperti facebook serta Instagram serta *PLatform* jual beli seperti shopee dan Lazada untuk melakukan promosi dimana dalam suatu Online Shopping konsumen dapat melihat bentuk barang yang dijual serta harga dari barang tersebut tanpa perlu mendatangi toko tersebut secara langsung.(Azizah, 2019)

Sistem kerja dari Online Shopping pun sangat sederhana dimana masyarakat dapat memilih produk atau barang yang diinginkan dengan cara membuka akun dari pemilik Online Shop kemudian memilih barang atau produk yang diinginkan. Setelah itu, penjual akan

meminta alamat dari customer kemudian setelah customer melakukan pembayaran maka pemilik dari Online Shop akan mengantarkan produk tersebut menggunakan sarana jasa angkutan. Harga barang atau produk yang dijual di Online Shop biasanya sudah termasuk ongkos kirim(Dakduk, 2020)

Sistem bisnis ini merupakan sistem bisnis yang sederhana dan tidak perlu mengeluarkan terlalu banyak biaya seperti biaya iklan ketika pemilik ingin melakukan promosi dimana ketika pemilik ingin melakukan promosi pada akun Online Shop mereka yang terdapat pada sosial media mereka hanya sekedar memposting barang yang mereka jual lengkap dengan spesifikasi serta harga dari produk tersebut serta untuk memudahkan pembeli untuk bertanya mengenai produk yang dijual, pemilik Online Shop dapat mencantumkan nomor telepon atau whats app guna memudahkan pembeli berkomunikasi dengan penjual(Dragomir, 2022)

Guna memfasilitas para pebisnis Online Shop yang ada di seluruh dunia, di beberapa sosial media pun telah menyediakan menu yang dapat digunakan untuk menjual produk atau barang secara online. Misalnya media sosial facebook yang menyediakan menu marketplace bagi para pelaku bisnis online yang ingin menjual produk baik berupa barang ataupun jasa. Tak hanya itu, sekarang telah hadir beberapa *Platform* digital yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk menjual produk yang mereka miliki seperti shopee, Tokopedia, serta Lazada yang dimana ketiga *Platform* bisnis digital ini telah banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia(Eriksson, 2021)

Semakin menjamurnya jumlah bisnis berbasis online di Indonesia merupakan suatu hal yang menunjukkan pentingnya digitalisasi bisnis untuk mendorong efektivitas dan efisiensi dalam pengelolaan bisnis tersebut. berdasarkan data yang diperoleh dari situs Tech in Asia bahwa pada tahun 2022 jumlah bisnis online di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup baik meskipun pada tahun tersebut kondisi ekonomi Indonesia masih dalam kondisi pemulihan akibat dari pandemi covid 19. Namun

digitalisasi bisnis yang makin berkembang dengan pesat membuat beberapa masyarakat mulai membuka bisnis online atau Online Shop.



Gambar 1.1. Jumlah Bisnis Online Shop di Indonesia 2017 – 2022

Sumber: Tech in Asia

Data di atas menunjukkan bahwa bisnis online di Indonesia bukanlah merupakan suatu fenomena baru namun sejak berkembangnya industri 4.0 serta mulai digaungkannya digitalisasi ekonomi sejak tahun 2014 yang lalu, jumlah pelaku Online Shop mengalami perkembangan yang cukup baik Hal ini dilandasi oleh efisiensi biaya dimana pelaku usaha Online Shop tidak perlu mengeluarkan biaya yang banyak untuk melakukan promosi guna menarik perhatian dari pelanggan

Namun hal yang masih menjadi keluhan masyarakat atas bisnis Online Shop adalah kualitas barang yang tidak sesuai dengan gambar yang ditampilkan pada akun Online Shop sehingga hal ini sering menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan dari Online Shop yang bersangkutan. Oleh karena itu, pelaku Online Shop harus benar benar memberikan produk dengan kualitas terbaik sesuai dengan apa yang menjadi ekspektasi dari konsumen(Estrian, 2020)

Dengan adanya bisnis online yang makin menjamur di Indonesia tentunya akan memberikan dampak berupa kesejahteraan ekonomi baik bagi pemilik bisnis online maupun masyarakat yang ada di sekitarnya dikarenakan dengan adanya bisnis online maka akan berpotensi membuka kesempatan kerja yang luas bagi masyarakat di sekitarnya. Oleh karena itu, dalam hal ini diperlukan adanya kebijakan dari pemerintah untuk mengakomodir bisnis

online khususnya yang berbentuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan tonggak ekonomi nasional(Har, 2019)

Namun menjamurnya bisnis online justru menyebabkan terjadinya perubahan pola konsumsi masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan data yang menunjukkan jumlah konsumsi masyarakat atas produk Online Shop yang mencapai 11.23% yang dimana tentunya hal ini merupakan suatu hal yang harus dicegah dengan tujuan masyarakat tidak memiliki sikap yang terlalu konsumtif dikarenakan akan merugikan diri mereka sendiri secara finansial. Namun di sisi lain tentunya yang diuntungkan adalah para pelaku usaha(Hasibuan, 2020)

Bisnis online di kabupaten Aceh Tengah pada tahun 2022 telah mencapai perkembangan yang cukup pesat dimana berdasarkan data yang dikutip dari acehkontras.com bahwa jumlah perusahaan start up mengalami kenaikan yang cukup pesat dimana pada tahun tersebut jumlah bisnis start up di kabupaten Aceh Tengah telah mencapai 27 bisnis dimana jumlah ini meningkat apabila dibandingkan pada tahun 2021 yang hanya mencapai 16 bisnis. Peningkatan jumlah bisnis start up ini sendiri tidak terlepas dari peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Aceh Tengah yang rutin memberikan pelatihan selama 2 tahun sekali kepada para pelaku bisnis khususnya kaum milenial yang dikenal sebagai generasi yang lebih memahami bagaimana implementasi teknologi dalam bidang bisnis.

Untuk itu, penelitian ini dibutuhkan guna menganalisis *trend* perkembangan *online shop* di Kabupaten Aceh Tengah”

II. METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dimana penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menggunakan data data berupa kalimat atau opini untuk dijadikan sebagai dasar untuk membaahs suatu permasalahan yang terdapat dalam penelitian(Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan data berupa jumlah bisnis Online Shop yang terdapat di Kabupaten Aceh Tengah yang diperoleh dari

Dinas Koperasi dan UMKM serta melalui survey dan wawancara dengan pelaku usaha online shop di Kabupaten Aceh Tengah. Pendekatan yang digunakan di dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif merupakan pendekatan di dalam penelitian yang dilakukan dengan mendeskripsikan data data yang telah diperoleh melalui serangkaian hasil pengamatan dan observasi yang kemudian dijelaskan dalam bentuk kalimat yang komprehensif.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Pengguna Online Shop di Aceh Tengah

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan penetrasi internet yang semakin luas di masyarakat, bisnis Online Shop mulai menjadi pilihan yang populer bagi para pelaku usaha lokal di Kabupaten Aceh Tengah. Hal ini juga didorong oleh kebutuhan konsumen yang semakin meningkat untuk berbelanja secara praktis dan efisien.

Perkembangan bisnis Online Shop di Kabupaten Aceh Tengah tidak terlepas dari sejarah perkembangan bisnis online di Indonesia secara umum. Pada awalnya, bisnis Online Shop mungkin hanya dilakukan oleh sejumlah pelaku usaha yang memiliki pemahaman dan keterampilan dalam pemanfaatan internet. Namun, dengan waktu, pengetahuan dan aksesibilitas internet semakin meluas, bisnis Online Shop menjadi lebih umum dan dapat diakses oleh siapa saja.

Dalam konteks Kabupaten Aceh Tengah, bisnis Online Shop pertama kali muncul sekitar awal tahun 2000-an. Pada saat itu, beberapa pengusaha lokal mulai mencoba menjual produk mereka secara online melalui media sosial atau *PLatform e-Commerce* yang tersedia. Namun, bisnis Online Shop masih terbatas pada skala kecil dan belum begitu populer di kalangan masyarakat. Perkembangan terjadi seiring dengan munculnya *PLatform-PLatform e-Commerce* yang lebih besar dan terkenal di Indonesia seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan Lazada.

Pemerintah Kabupaten Aceh Tengah juga memberikan dukungan yang kuat terhadap perkembangan bisnis Online Shop. Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Aceh Tengah bekerja sama dengan pihak terkait untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha lokal dalam mengembangkan bisnis online mereka. Selain itu, kegiatan promosi dan pameran online juga sering diadakan untuk meningkatkan visibilitas produk-produk dari Kabupaten Aceh Tengah.

Secara keseluruhan, sejarah bisnis Online Shop di Kabupaten Aceh Tengah mencerminkan perkembangan yang sejalan dengan perkembangan nasional. Dukungan dari pemerintah dan kemajuan teknologi menjadi faktor penting dalam menggerakkan bisnis Online Shop di daerah ini. Diharapkan bisnis Online Shop di Kabupaten Aceh Tengah terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi perekonomian lokal dan masyarakat secara keseluruhan.

Kabupaten Aceh Tengah merupakan salah satu kabupaten dengan populasi penduduk terbesar di Aceh Tengah. Berdasarkan data yang dihimpun dari DJSDukcapil Aceh Tengah, Jumlah penduduk di kabupaten Aceh Tengah pada Tahun 2022 mencapai 219.744 jiwa. Jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 7.5% dibandingkan dengan tahun 2021. Besarnya jumlah penduduk di kabupaten Aceh Tengah menjadi salah satu potensi pasar yang sangat menggiurkan bagi beberapa bisnis di kabupaten Aceh Tengah dikarenakan jumlah penduduk yang banyak dapat meningkatkan pangsa pasar bagi beberapa perusahaan di kabupaten Aceh Tengah.

Sebagian besar penduduk di Aceh Tengah berprofesi sebagai petani kopi yang dimana daerah kabupaten Aceh Tengah merupakan daerah yang terkenal dengan kopi arabica terbaik di dunia. Rata-rata kopi arabica yang dapat dihasilkan per tahunnya ialah sebanyak 720 Kg per hektare dimana kopi arabica ini telah diekspor ke beberapa negara seperti Thailand, Vietnam, Jepang, serta beberapa negara lainnya.

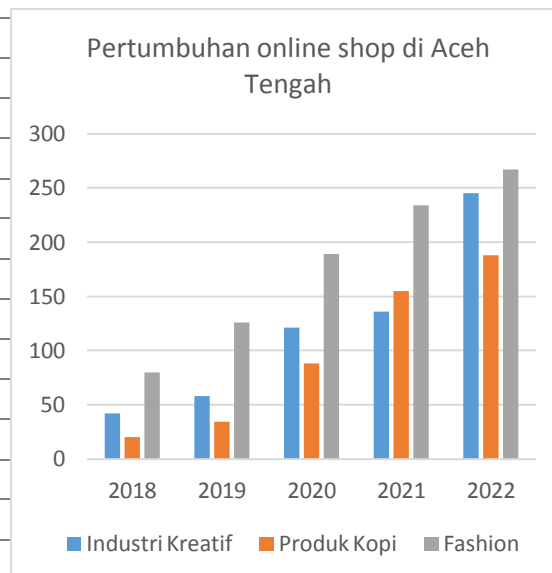
Selain industri kopi, Kabupaten Aceh Tengah juga terkenal dengan industri pariwisatanya dimana beberapa jenis pariwisata yang terdapat di Kabupaten Aceh Tengah seperti Gua Layang Koro, Loyang Datu, Burni Klieten, Gayo Waterpark, serta kerueng peusangan arum jeram dimana wisata ini menjadi tempat wisata yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan lokal yang datang dari berbagai daerah bahkan mancanegara. Berdasarkan data yang dihimpun dari Aceh.Tribunnews.com bahwa jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Aceh Tengah pada Tahun 2022 telah mencapai 9.876 . adanya kunjungan wisatawan yang berasal dari berbagai daerah ini menjadi peluang bagi beberapa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di Kabupaten Aceh Tengah untuk memperkenalkan produknya kepada para wisatawan yang datang untuk berlibur ke Kabupaten Aceh Tengah. Beberapa produk yang terkenal dari Kabupaten Aceh Tengah yang sering diburu oleh para wisatawan adalah Kerawang Gayo dan Kopi Arabica dimana kedua produk ini merupakan produk khas dari Kabupaten Aceh Tengah.

Berdasarkan data di atas, maka diharapkan beberapa sektor perekonomian terutama UMKM dan pertanian yang mana kedua sektor ini menjadi sektor andalan dari Kabupaten Aceh Tengah untuk menggerakkan roda perekonomian masyarakat di kabupaten Aceh Tengah. Sebagai bentuk dukungan dari pemerintah kabupaten Aceh Tengah terhadap bisnis UMKM di kabupaten Aceh Tengah terutama yang mulai banyak digeluti oleh para kaum muda, maka dalam hal ini Dinas Koperasi dan UMKM dari kabupaten Aceh Tengah sering mengadakan pelatihan *Technopreneurship* yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada para pelaku bisnis mengenai penerapan teknologi dalam pengelolaan bisnis terutama dalam kegiatan pemasaran.

**Daftar UMKM Peserta Pelatihan
Technopreneurship di Kabupaten Aceh
Tengah Tahun 2022**

| No | Nama | Bidang Usaha |
|----|------|--------------|
|----|------|--------------|

| | | | |
|----|---------------------------|--------------------------|---|
| 1 | Ria Galeri | Industri kreatif | yang lalu di Aceh Tengah. Berikut adalah grafik |
| 2 | Benny Cofee | Kopi | <i>Online Shop</i> dalam kurun waktu 5 tahun terakhir |
| 3 | Ilham Galeri | Industri kreatif | yakni dari periode 2018-2022 di Kabupaten |
| 4 | Renny Gayo | Kopi | Aceh Tengah |
| 5 | Dian Shop | Kopi | |
| 6 | Alma Shop | Kopi | |
| 7 | Djati Art | Industri kreatif | |
| 8 | Cahaya Baru Fayola | Fashion | |
| 9 | Kios Tofa | Fashion | |
| 10 | SJES | Elektronik | |
| 11 | Ria Takengon | Fashion | |
| 12 | Widya Olshop | Fashion | |
| 13 | Ira Olshop | Fashion | |
| 14 | Rumah Grosir Aceh | Fashion | |
| 15 | Cherry Gallery | Industri kreatif | |
| 16 | Kaysho Shop | Fashion | |
| 17 | Eritha Online Shop | Fashion | |
| 18 | Grosir Gamis Aceh | Fashion | |
| 19 | Propolis Aceh Tengah | Industri kreatif | |
| 20 | Ella Online Shop | Fashion | |
| 21 | Hafuza Online Shop | Fashion | |
| 22 | RF Online Shop | Fashion | |
| 23 | Aiba Gallery | Industri kreatif | |
| 24 | Irma Pulungan Online Shop | Fashion | |
| 25 | Budi Marley Online Shop | Fashion | |
| 26 | Wen Dedibong | Fashion | |
| 27 | Erna Shi Hulung | Food and Beverage | |
| 28 | Ratu Glow Aceh | Kesehatan dan Kecantikan | |



Sumber : data diolah dari FB (2022)

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kab Aceh Tengah (2022)

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar Online Shop di Aceh Tengah yang telah mengikuti pelatihan Technopreneurship bergerak di bidang fashion dikarenakan pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer dari masyarakat serta adanya kecenderungan bagi masyarakat terutama para kaula muda khususnya perempuan untuk tampil lebih *fashionable* dan modis.

Upaya Pemerintah Kabupaten Aceh Tengah dalam mengembangkan UMKM yang berbasis online juga terlihat membuahkan hasil. Berdasarkan hasil penelusuran di media social utamanya FB, terdapat ratusan akun bisnis di *social media* yang telah beroperasi sejak 5 tahun

Berdasarkan data yang terdapat pada grafik diatas, dapat dilihat bahwa perkembangan Online Shop di kabupaten Aceh Tengah mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan technopreneurship yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Aceh Tengah telah memberikan hasil berupa perkembangan bisnis online yang cukup pesat dimana terjadi peningkatan jumlah pelaku bisnis Online Shop di Kabupaten Aceh Tengah yang tidak hanya didominasi oleh para kaula muda melainkan juga dari kalangan para Ibu rumah tangga yang ingin mencari penghasilan tambahan.

2. Hasil Wawancara Perkembangan Online Shop

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap para pelaku usaha bisnis online di Kabupaten Aceh Tengah bahwa perkembangan bisnis Online Shop di Kabupaten Aceh Tengah sering mengalami hambatan terkait dengan finansial (keuangan) sebagaimana disampaikan oleh Pemilik Usaha

Ria Galeri dalam sesi wawancara yang dilakukan (Ria, 2022)

“Dalam hal permodalan, kami menghadapi beberapa hambatan yang. Salah satu masalah utama adalah minimnya modal yang kami miliki karena kan modal ini merupakan aset yang sangat penting untuk usaha UMKM seperti kami karena di sisi lain kan kita harus memenuhi kebutuhan sehari-hari juga makanya ya agak sedikit sulit bagi kita untuk mengembangkan bisnis seperti apa yang kita harapkan”.

Hal yang sama diutarakan oleh Pemilik Online Shop Benny Cofee dalam sebuah sesi wawancara dimana beliau mengatakan bahwa (Benny, 2022)

“Modal yang terbatas mempengaruhi kemampuan saya untuk mengembangkan usaha dan memperluas jangkauan produk atau layanan yang saya tawarkan. Terkadang, saya harus mengandalkan modal pribadi atau pinjaman dari teman dan keluarga untuk menjalankan operasional sehari-hari dan memenuhi kebutuhan bisnis.”

Selain itu, hal yang sama juga dikemukakan oleh Bapak ilham selaku Pemilik dari Online Shop Ilham Galer yang mengatakan bahwa (Ilham, 2023):

“kalau masalah umkm seeperti kami tidak lain ya masalahnya ada di permodalan ya. Meskipun sekarang memang kita bisa mendapatkan akses untuk melakukan pinjaman ke bank karena kan sekarang ada fasilitas bunga rendah yang diberikan oleh perbankan kepada kami selaku UMKM. Tapi memang di sisi lain kita kan sebagai pelaku usaha juga memiliki banyak kebutuhan jadi ya kadang keuntungan dari usaha yang kita jalankan sekarang kadang kita alihkan untuk kebutuhan sehari-hari dan hanya menyisihkan Sebagian kecil saja”

Hal yang sama Juga dikemukakan oleh Pemilik Bisnis Online Shop Cherry Gallery yang bergerak dalam bidang kerajinan dan Kesenian yang mana dalam suatu sesi wawancara yang dilakukan dengan peneliti bahwa (Cherry, 2023):

“kalau permasalahan di kami sebagai pelaku usaha memang kita agak sulit

mengelola modal saja mas karena kan di sisi lain kami juga punya kebutuhan sehari-hari misalnya kebutuhan rumah tangga dan sebagainya. Memang kalau untuk pembiayaan kan sekarang pihak bank sudah menyediakan akses bagi kami sebagai pelaku UMKM tapi memang ya mengelola modal itu termasuk sulit jadinya agak sedikit sulit gitu bagi usaha ini untuk berkembang sebagaimana yang kita harapkan. Tapi yang paling penting untuk kami lakukan sampai saat ini ya kami harus memperbaharui kualitas produk karena kan persaingan semakin banyak jadi kalau produk kita kalah saing kan agak susah nantinya untuk berkembang”

Ibu Irma Pulungan yang merupakan salah satu pelaku Online Shop di Kabupaten Aceh Tengah juga menuturkan hal yang sama terkait dengan masalah sulitnya mengelola permodalan untuk bisnis Online Shop (Irma, 2023)

“memang masalah permodalan masih menjadi masalah utama bag kita mas terutama kaitannya dengan pengelolaan modal karena kita sebagai pelaku usaha UMKM kan juga tidak mungkin untuk mengabaikan kebutuhan sehari-hari jadi agak sulit untuk memisahkan kebutuhan operasional dengan kebutuhan rumah tangga. Tapi memang hal yang paling penting kami lakukan adalah terus mengembangkan kualitas produk yang kami jual karena kan palagi sekarang banyak persaingan juga dari bisnis online shop yang lain jadi kami harus mampu menonjolkan nilai lebih dari produk kami”.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

Perkembangan bisnis Online Shop di kabupaten Aceh Tengah telah berlangsung dengan cukup pesat Jumlah Pelaku usaha Online Shop di tahun 2021 ialah 245 atau naik hampir mencapai 100% dibandingkan dengan tahun 2020 yang hanya mencapai 136 pelaku usaha . kenaikan ini sendiri dipicu pula oleh adanya kesadaran dari para pelaku usaha yang mulai menyadari bahwa biaya yang dibutuhkan untuk bisnis online lebih sedikit apabila dibandingkan dengan bisnis apda umumnya terutama terkait dengan biaya promosi. Selain itu, dukungan

Pemerintah Kabupaten Aceh Tengah melalui kegiatan pelatihan Tecnopreneuship yang motori oleh Dinas Koperasi dan UMKM juga menjadi faktor pendorong pesatnya perkembangan bisnis online shop di Kabupaten Aceh Tengah.

Saran untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menentukan secara spesifik produk tertentu yang ingin diteliti dan lakukan pemilihan responden yang representatif untuk dapat diaplikasikan secara lebih luas.

REFERENSI

- Andriyanti, R. (2021). *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Umkm Warteg Sekitar Kampus Ibi Kosgoro 1957*. Mediastama.
- Asim. (2019). Pengaruh E-Commerce Dan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Sophie Paris Business Center Novia Dwi Ayuning Di Jonggol Kabupaten Bogor. *Journal of Business Studies Quarterly*, 4.
- Azizah. (2019). Electronic Commerce (E-Commerce) Dalam Perspektif Ekonomi Ketahanan”,. *Jurnal Ekonomi Pertahanan*, 5.
- Dakduk. (2020). Acceptance of mobile commerce in low-income consumers: evidence from an emerging economy. *Jurnal Heliyon*, 6(05451).
- Dkk, A. (2020). *Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Makan Padang Di Sekitar Lingkar Kampus Ibi Kosgoro 1957*. Mediastama.
- Dragomir, V. D. (2022). Practical solutions for circular business models in the fashion industry. Cleaner Logistics and Supply Chain. *Jurnal Heliyon*, 100040.
- Eriksson, N. (2021). *Online grocery shoppers due to the Covid-19 pandemic - An analysis of demographic and household characteristics*. *Procedia Computer Science*. 196.
- Estriana, V. (2020). Analisa Strategi Ecommerce Indonesia dalam Penerapan Integrated Marketing Communication. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komputer*, 9.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 22*. BPFE Universitas Diponogoro.
- Har. (2019). Revolution of Retail Industry: From Perspective of Retail 1.0 to 4.0. *Procedia Computer Science. Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komputer*.
- Hasibuan. (2020). Perilaku Konsumen Dalam Belanja Online Melalui Perspektif Gender. *Mediastima*, 26.
- Benny. (2022, 12 13). Wawancara Langsung, Perkembangan dan Hambatan dalam menjalankan Bisnis Online Shop. (I. Noviardi, Interviewer)
- Cherry. (2023, 3 13). Wawancara Langsung, Perkembangan dan Hambatan dalam menjalankan Bisnis Online Shop. (I. Noviardi, Interviewer)
- Ilham. (2023, 3 12). Wawancara Langsung, Perkembangan dan Hambatan dalam menjalankan Bisnis Online Shop. (I. Noviardi, Interviewer)
- Irma. (2023, 5 13). Wawancara Langsung, Perkembangan dan Hambatan dalam menjalankan Bisnis Online Shop. (I. Noviardi, Interviewer)
- Ria. (2022, 12 13). Wawancara langsung Perkembangan dan Hambatan Dalam Menjalankan Bisnis Online Shop. (I. Noviardi, Interviewer)