

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk implementasi kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam rangka perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Program kegiatan mengutamakan praktek konkret di masyarakat, sehingga diharapkan dapat memberikan manfaat untuk masyarakat sekitar [1].

Tingkat persaingan dalam dunia perdagangan sangat ketat selain isu tentang era perdagangan bebas, faktor teknologi juga memberikan dampak yang sangat signifikan. Pembelajaran dan pengetahuan telah menjadi kunci keberhasilan bagi pelaku UMKM dalam menghadapi situasi perkembangan ekonomi saat ini. Strategi pelaku UMKM yang dapat dilakukan dalam menghadapi persaingan yang begitu ketat adalah dengan mengontrol dan merubah sumber daya *tangible* ke sumber daya *intangible* yang dimiliki dan mengoptimalkan penggunaannya. (Ceptureanu *et al*, 2012)[6].

Berdasarkan data dari ketua UMKM di desa Karanggintung, total UMKM ada 75 dengan 50 warung kelontong, 15 produksi makanan dan 10 yang berjualan bakso dan mie ayam dimana semua pelaku UMKM terkena dampak dari wabah Covid-19. Beberapa efek dari Wabah Covid-19 antara lain adalah penjualan UMKM mengalami penurunan, kesulitan mendapatkan pelanggan, dan kesulitan pemasaran. Selain itu UMKM juga kurang pengetahuan dalam melakukan promosi maupun penjualan melalui media digital.

Pada program kegiatan meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital bertujuan untuk meningkatkan *Brand* pada UMKM dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Maka harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi dan perlu adanya cara untuk memajukan penjualan melalui promosi dengan strategi pemasaran dan konsep promosi yang tepat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis pada kegiatan KKN-T ini membuat program kerja “**Pelatihan pemasaran produk UMKM melalui E-Commerce**”. Dalam proses pelatihan ini, penulis bekerja sama dengan ketua UMKM desa.

2.1 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara menggunakan aplikasi M-Commerce seperti Shopee Partner, Gobiz dan Grab Merchant?

3.1 Tujuan Kegiatan

1. Memberikan pengetahuan dan pemahaman penggunaan aplikasi M-Commerce seperti Shopee Partner, Gobiz dan Grab Merchant

4.1 Manfaat Kegiatan

Manfaat yang dicapai dalam penelitian ini adalah memberikan solusi untuk menangani permasalahan terkait pemasaran produk di desa Karanggantung seperti pemasaran produk, menentukan harga, membuka dan menutup toko serta memberikan promo melalui aplikasi Shopee Partener, Grab Merchant dan Gobiz.