

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi COVID-19 menyebabkan dampak yang sangat signifikan pada sektor Usaha Kecil Menengah (UKM), Banyak unit usaha yang terpaksa harus ditutup dan tidak sedikit pekerja yang kehilangan pekerjaannya. Pada masa pandemi COVID-19 ini, banyak pemilik UKM yang memutuskan untuk menutup usahanya karena mengalami penurunan pendapatan hingga kerugian. Hal tersebut disebabkan oleh sepi pembeli karena adanya bencana COVID-19 dimana masyarakat enggan mengunjungi pertokoan dan memilih untuk melakukan pembelian secara online melalui media sosial atau *E-commerce*. *Electronic Commerce* (EC) merupakan pengiriman informasi produk/layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya.

Seperti yang kita ketahui bahwa bisnis UKM menjadi salah satu sektor yang paling merasakan dampak wabah Virus Corona (Covid-19). Dampak – dampak tersebut juga kerap dirasakan oleh para pemilik UKM di kelurahan Yosodadi kota Metro, mereka mengeluhkan bahwa usaha yang tekuni sudah mulai sepi pembeli dan keuntungan yang didapat berkurang dari biasanya. Di lingkungan kelurahan Yosodadi kota Metro, mayoritas usaha yang ditekuni adalah olahan makanan. Tidak hanya itu, terdapat juga warga yang menekuni usaha warung sembako, tanaman hias, dan kebutuhan sandang. Sebagian masyarakat yang berjualan olahan makanan memanfaatkan area kediamannya atau gerobak keliling untuk berjualan. Persaingan semakin ketat di pasaran sehingga peluang untuk meningkatkan angka penjualan makin sedikit. Semakin banyak pula usaha baru dengan produk penjualan yang sama sehingga satu dengan yang lainnya tidak terdapat identitas tersendiri. Hal tersebut juga menjadi salah satu faktor pencetus tinggi persaingan dalam menekuni kewirausahaan.

Dalam menerapkan kebijakan *social distancing*, pandemi COVID 19 menuntut pemilik usaha untuk menutup gerai tempat mereka berdagang. Hal ini menjadi pertimbangan untuk mengalihkan usaha mereka menjadi berbasis online. Tidak sedikit dari warga Yosodadi kota Metro yang memiliki UKM tertarik untuk memasarkan produk dagangan mereka secara online serta mendaftarkannya ke platform E-commerce. Namun, masih banyak yang belum akrab dalam mengakses platform daring untuk memasarkan produk yang mereka jual.

Sebagian dari warga Yosodadi kota Metro sudah ada yang melakukan upaya pemasaran online namun belum dapat secara maksimal memanfaatkan fitur dari platform terkait. Pemasaran yang dilakukan hanya di satu media sosial saja sehingga upaya pemasaran belum dilakukan secara meluas.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana mengembangkan potensi UKM Jagng Creamy di kelurahan Yosodadi menjadi lebih maksimal dalam pemasaran melalui media *E-commerce*?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Adapun tujuan dari praktek kerja pengabdian masyarakat ini yaitu:

1. Membantu UKM yang terdampak COVID 19.
2. Memberikan inovasi pada UKM.
3. Pengembangan usaha yang lebih luas lagi.
4. Memberikan pandangan dan wawasan yang lebih luas lagi bagi UKM.

1.3.2 Manfaat

Adapun manfaat dari Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat ini yaitu:

1. Agar menjadi motivasi bagi UKM yang lain untuk meningkatkan usahanya di masa pandemi COVID 19.
2. Diharapkan dengan adanya desain logo UKM dan kemasan dapat meningkatkan penjualan pasar yang lebih luas.

3. Diharapkan dengan adanya rincian anggaran sederhana dapat membantu manajemen dengan baik.
4. Diharapkan dengan pembuatan social media bagi UKM, masyarakat dapat mengetahui secara luas.

1.4 Mitra Yang Terlibat

Pada pelaksanaan kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat ini terdapat beberapa mitra yang terlibat yaitu ketua RW 010 kelurahan Yosodadi kota Metro untuk perizinan pelaksanaan kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat dan UKM Jagung Creamy sebagai sasaran tujuan pengembangan usaha.