

**OPTIMALISASI UMKM KERIPIK DUA PUTRI DI DESA KELAWI KECAMATAN
BAKAUHENI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN
PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Renita Fitriyani

*Fakultas Ilmu Komputer, Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya
Jl. Zainal Abidin Pagar Alam, No.93B. Labuhan Ratu, Bandar Lampung, Provinsi Lampung 35142.
Telp : 0721-787214 / Faks : 0721-700261
renita2000fitriyani@gmail.com*

ABSTRACT

This research was conducted to find out what was being done and the strategies implemented by one of the micro, small and medium enterprises (MSMEs) in dealing with the COVID-19 pandemic. The object of this research is MSME Dua Putri in Kelawi Village, Bakauheni District, South Lampung Regency. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach. Based on the results of the study, it was found that the business strategy used was to focus on selling souvenirs typical of the village such as banana chips and start using the internet and social media to market their products very precisely and usefully as well as presenting discounts for visiting visitors. Thus, the conclusion of this study is to optimize the continuity of small businesses (MSMEs) using the internet and social media is a very appropriate strategy in the midst of this covid-19 pandemic.

Keywords: business strategy, marketing, MSMEs, creative economy

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apa saja yang dilakukan dan strategi yang di terapkan salah satu pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam menghadapi masa pandemi covid-19. Objek penelitian ini adalah UMKM Dua Putri di Desa Kelawi Kecamatan Bakauheni Kabupaten Lampung Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian, didapati bahwa strategi bisnis yang digunakan adalah dengan fokus menjual oleh-oleh khas desa tersebut seperti keripik pisang dan mulai menggunakan internet dan media sosial untuk memasarkan hasil produksinya sangat tepat dan bermanfaat serta menghadirkan diskon untuk pengunjung yang berkunjung. Dengan demikian kesimpulan dari penelitian ini adlah untuk mengoptimisasikan kelangsungan usaha kecil (UMKM) pemanfaatan internet dan media sosial merupakan strategi yang sangat tepat di tengah pandemi covid-19 ini.

Kata Kunci: strategi bisnis, marketing, UMKM, ekonomi kreatif