

INTISARI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau sering disingkat UMKM adalah salah satu sektor usaha yang memiliki potensi besar. UMKM dapat dijadikan sebagai indikator dalam stabilitas perekonomian tingkat lokal maupun nasional. Adanya *social distancing* dan *physical distancing* saat pandemi covid-19 menjadikan permintaan atas barang dan jasa menurun. Oleh sebab itu, UMKM yang masih berjalan harus mencari strategi untuk tetap bertahan dalam kondisi pandemi seperti ini. Toko Mbak Ndari merupakan salah satu UMKM dalam bidang dagang yang hingga kini masih bertahan di tengah pandemi. Toko Mbak Ndari masih menggunakan sistem penjualan yang cukup sederhana dan tidak memiliki sistem informasi pencatatan terkait persediaan barang. Hal itu menjadikan pengawasan persediaan sulit dilakukan, akibatnya pemilik tidak mengetahui apabila terdapat pegawai yang mengambil barang dari toko. Pada masa pandemi virus corona (Covid-19) ini, Toko Mbak Ndari mengalami penurunan penjualan. Pandemi ini juga mengubah perilaku masyarakat menjadi cenderung berbelanja secara daring. Melihat kondisi tersebut, pemasaran melalui sistem daring dapat dijadikan sebagai langkah alternatif untuk mempertahankan penjualan agar tetap konsisten. Untuk mendukung pemasaran dengan sistem daring, Toko Mbak Ndari perlu memiliki sistem penjualan yang didukung dengan sistem pengecekan stok barang. Hal itu diperlukan agar stok barang tetap terjaga dan relevan dengan kebutuhan. Selain itu, Toko Mbak Ndari juga perlu membangun jangkauan pasar melalui media sosial agar pemasaran produk lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi mempertahankan kelangsungan UMKM dalam menghadapi masa pandemi Covid-19 pada Toko Mbak Ndari di Klaten. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data primer yang diperoleh dari wawancara dan observasi, serta data sekunder yang diperoleh dari kajian data. Strategi yang dibahas dalam penelitian ini meliputi pembuatan sistem penjualan, pembelian, dan persediaan menggunakan *Microsoft Access* serta pemasaran menggunakan *Instagram* yang terintegrasi dengan *WhatsApp*.

Kata kunci: Strategi, UMKM, Pandemi, Covid-19, Penjualan, Pemasaran

ABSTRACT

Micro, small, and medium enterprises are often abbreviated as MSMEs, is one of the business sectors that has great potential, MSMEs can be used as an indicator in local and national economic stabilities. Social and physical distancing on the COVID-19 pandemic made the demand for goods and services decreases. Therefore, MSMEs that are still running must find strategies to survive in this pandemic situation. “Toko Mbak Ndari” is one of the MSMEs in the trade sector which still survives in the middle of these pandemic situations. “Toko Mbak Ndari” is still using a trading system which is quite simple and has no recording information system on the inventory. That makes inventory control difficult, as a result, the owner does not know if there are employees who take goods from the store. In the middle of these COVID – 19 pandemics, “Toko Mbak Ndari” having sales decreasing. This pandemic also changes society behavior into online shopping. Seeing this condition, marketing through an online system can be used as an alternative step to keep sales consistent. To support online marketing, “Toko Mbak Ndari” needs to have a sales system which is supported by an inventory system It is an important thing to do so the goods stock remains safe and relevant to the needs. Besides, “Toko Mbak Ndari” also needs to build market reach through social media so the marketing of the product is wider. This research uses descriptive qualitative method with primary data obtained from interviews and observations, and secondary data obtained from data study. The strategies discussed in this study is the creation of a sales, purchasing, and inventory system using Microsoft Access and marketing using Instagram integrated with WhatsApp. Keywords: Strategy, MSMEs, Pandemic, Covid-19, Sales, Marketing