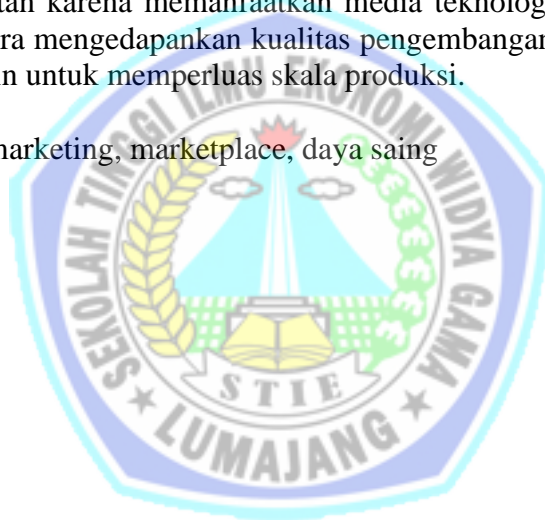


ABSTRAK

Melimpahnya buah pisang di Kabupaten Lumajang membuat masyarakat berinovasi untuk memanfaatkan buah tersebut untuk menjadi peluang bisnis. Salah satunya yaitu olahan rambak pisang dari UD. Tiga Saudara yang terletak di Dusun Tulus Rejo RT. 03 RW 02 Tempeh Lor, Kecamatan Tempeh, Kabupaten Lumajang. Selama masa pandemic, UD. Tiga Saudara mendapat keuntungan tersendiri dengan meningkatnya omset penjualan dengan pemanfaatan teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi E-marketing dalam meningkatkan daya saing di masa pandemi pada olahan rambak pisang UD. Tiga Saudara . Penelitian ini bersifat kualitatif dengan mengambil 6 responden yang terdiri dari 1 pemilik usaha, 2 pelanggan, 2 konsumen dan 1 kompetitor. Metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data penelitian bersifat deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UD. Tiga Saudara selama pandemi mengalami peningkatan omset peningkatan karena memanfaatkan media teknologi marketplace dan juga UD. Tiga Saudara mengedapankan kualitas pengembangan produk dan kerjasama dengan pihak lain untuk memperluas skala produksi.

Kata Kunci: E-marketing, marketplace, daya saing



ABSTRAK

The abundance of bananas in Lumajang Regency makes people innovate to take advantage of these fruits as business opportunities. One of them is processed banana rambak from UD. Tiga Saudara which is located in dusun Tulus Rejo , RT. 03 RW 02 Tempeh Lor, Tempeh District, Lumajang Regency. During the pandemic, UD. Tiga Saudara have their own advantages by increasing sales turnover by using technology. Therefore, this study aims to analyze the E-marketing strategy in increasing competitiveness during the pandemic in processed banana rambak UD. Tiga Saudara. This research is qualitative by taking 6 respondents consisting of 1 business owner, 2 customers, 2 consumers and 1 competitor. Methods of data collection using interview techniques, observation and documentation. Research data analysis is descriptive. The results of this study indicate that UD. Tiga Saudara during the pandemic experienced an increase in turnover increase because it utilizes the marketplace technology media and also UD. Tiga Saudara prioritizes the quality of product development and cooperation with other parties to expand the scale of production.

Keywords: E-marketing, marketplace, competitiveness

