

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN UMKM SAAT MASA
PANDEMI COVID-19 MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PADA KARYAWAN PHK DI KOTA
PALEMBANG**



**MUTIYA RAHMAH
07021381722180**

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2021**

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN UMKM SAAT MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* PADA KARYAWAN PHK DI KOTA PALEMBANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



MUTIYA RAHMAH
07021381722180

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI PEMASARAN UMKM SAAT MASA PANDEMI
COVID-19 MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA
KARYAWAN PHK DI KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

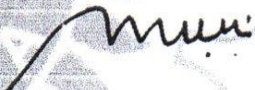
Oleh:
MUTIYA RAHMAH
07021381722180

Indralaya, Agustus 2021

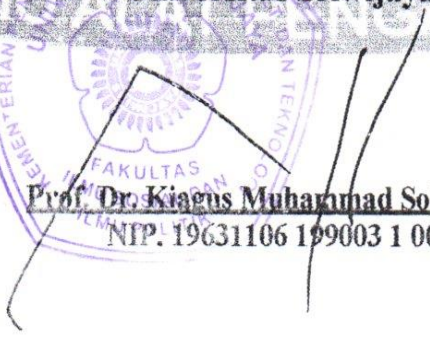
Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. Tri Agus Susanto, MS
NIP. 19580825 198203 1 003


Mery Yanti, S.Sos. MA
NIP. 19770504 200012 2001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya


Prof. Dr. Kiagus Muhayamad Sobri M.Si
NIP. 19631106 199003 1 001

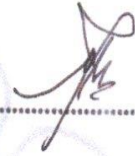
HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul “Strategi Pemasaran UMKM Saat Masa Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial Instagram Pada Karyawan PHK di Kota Palembang” telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya pada Tanggal 5 Agustus 2021

Indralaya, Agustus 2021

Ketua :

1. Drs. Tri Agus Susanto, MS
NIP. 19580825 198203 1 003



Anggota :

1. Mery Yanti, S.Sos, MA
NIP. 19770504 200012 2 001



2. Dr. Ridhah Taqwa
NIP. 19661231 199303 1 018



3. Yulasteriyani, S.Sos, M.Sos
NIP. 19920606 201903 2 025



Mengetahui :
Dekan FISIP

Ketua Jurusan Sosiologi,

Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri M.Si
NIP. 19631106 199003 1 001

Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si
NIP. 19750603 200003 2 001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, TEKNOLOGI DAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Inderalaya Kabupaten Ogan Ilir 30662
Telepon (0711) 580572 ; Faksimile (0711) 580572

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mutiyya Rahmah

NIM : 09021381722100

Jurusan : Sosiologi

Konsentrasi : Perencanaan

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran UMKM saat masa Pandemi Covid-19 melalui media sosial Instagram pada Karyawan PHK di Kota Palembang

Alamat : Jl. Kha Wihed Hasyim, lng. Berdikari, Rt. 02, Rw. 01, kec. Seberang ulu 1, kel. 1 ulu dakt, Kota Palembang

No.HP : 082828782726

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis di atas merupakan karya sendiri, disusun dari hasil penelitian berdasarkan kaidah-kaidah ilmiah yang berlaku. Apabila kelak terbukti bahwa skripsi saya sudah di atas merupakan jiplakan karya orang lain (Plagiarisme), saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat Pernyataan ini di buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Inderalaya, 23 September2021

Yang buat pernyataan,



Mutiyya Rahmah

Mutiyya Rahmah

NIM 09021381722100

MOTO DAN PEMBAHASAN

“ Di dalam perjalanan kamu akan temukan banyak persimpangan, di dalam hidup kamu akan temui banyak masalah keduanya sama-sama mengarahkan pada tujuanmu saat kamu berhasil melewatinya.”

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orangtua dan keluarga tercinta yang selalu mendoakan saya
2. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses perkuliahan
3. Almamater yang saya banggakan.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil 'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Ta'ala atas segala nikmat, rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran UMKM Saat Masa Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial *Instagram* Pada Karyawan PHK di Kota Palembang” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan sarjana dan mencapai derajat pendidikan Strata-1 Ilmu Sosiologi. Sholawat dan salam penulis hadiahkan keharibaan nabi besar kita, Rasulullah *shallallahu'alaihi wa sallam* yang telah mengantarkan kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang oleh cahaya ilmu pengetahuan.

Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan bahwa segala sesuatu yang telah dicapai oleh penulis pada titik ini, bukanlah semata karena usaha dari penulis, melainkan semata-mata karena karunia dari Allah Ta'ala dan doa yang senantiasa dilangitkan oleh kedua orangtua. Untuk itu, skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orangtua tercinta, yakni Bapak Abdullah Abu Naya dan Ibu Mugnun. Terima kasih telah mencurahkan segenap kasih sayang, cinta, perhatian dan motivasi yang tiada hentinya. Ungkapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE., selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Ir. Zainuddin Nawawi, Ph.D selaku Wakil Rektor I Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE. M.Si selaku Wakil Rektor II Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Iwan Stia Budi, S.KM. M.Kes selaku Wakil Rektor III Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Prof. Dr. Ir. M. Said, M.Sc selaku Wakil Rektor IV Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
7. Bapak Prof Alfitri, M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

8. Bapak Sofyan Effendi, S.IP., M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
9. Bapak Dr. Andy Alfatih, MPA selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
10. Ibu Yunindyawati, S.Sos, M.Si., selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan arahan dan dukungan kepada penulis.
11. Ibu Safira Soraida, S.Sos., M.Sos., selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
12. Bapak Drs. Tri Agus Susanto, MS, selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
13. Ibu Mery Yanti, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
14. Seluruh Dosen, Staf dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah banyak memberikan ilmu, bantuan, dan pengarahan selama masa perkuliahan.
15. Mbak Yuni Yunita S.Sos selaku ADMIN Jurusan Sosiologi FISIP UNSRI, terima kasih atas bantuannya selama ini.
16. Keluarga besar Alifia tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tiada henti selama masa perkuliahan.
17. Teman-teman terbaik seperjuangan yang selalu memberikan bantuan dan arahan yang baik Farina Elta Nurrahimah, Firda Yanti, Anita Rahmawati, Melita Sinaga, Winda Lestary, Eka Nuraini, Merdeli Imania, Ayu Laras Putri dan Santiara.
18. Teman-teman saya lainnya yang juga selalu memberikan semangat dan dukungan Dahliza Nurfitri, Septiani Aryunita, Sinta Nur Azizah dan Feby Ayu Ningsih.
19. Teman-teman Jurusan Sosiologi tahun 2017, kakak tingkat serta adik tingkat Sosiologi yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.

Serta semua pihak yang terlibat yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Semoga segala amal baik bapak/ibu, saudara/saudari, teman-teman dan keluargaku semua mendapatkan balasan yang lebih baik lagi dari Allah Ta'ala.

Indralaya, 2021
Penulis,

Mutiya Rahmah
07021381722180

RINGKASAN

STRATEGI PEMASARAN UMKM SAAT MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* PADA KARYAWAN PHK DI KOTA PALEMBANG

Pandemi Covid-19 mempengaruhi berbagai sektor terutama pada sektor perekonomian masyarakat di Kota Palembang yang bekerja sebagai karyawan. Dengan diberlakukannya PSBB, WFH, dan *Social Distancing* menyebabkan perilaku konsumen saat ini berubah, maka penting bagi para pelaku UMKM untuk merubah strategi pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami strategi pemasaran UMKM saat masa pandemi Covid-19 melalui media sosial *instagram* pada karyawan PHK di Kota Palembang. Penelitian ini dikaji dengan menggunakan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) dari Kotler dan Armstrong. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berdasarkan observasi, wawancara studi pustaka dan dokumentasi dengan enam (6) pelaku bisnis UMKM sebagai informan utama. Adapun hasil dari penelitian ini diketahui bahwa strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh para pelaku bisnis UMKM saat masa pandemi Covid-19 ada empat yaitu strategi dalam menentukan produk, strategi dalam harga, strategi dalam menentukan tempat dan strategi dalam menentukan promosi.

Kata Kunci: Pandemi Covid-19, UMKM, *Instagram*

Pembimbing I



Drs. Tri Agus Susanto, MS
NIP. 19580825 198203 1 003

Pembimbing II



Mery Yanti, S.Sos. MA
NIP. 19770504 200012 2 001

**Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya**



Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si

NIP. 19750603 200003 2 001

Summary

MSME MARKETING STRATEGY IN THE COVID-19 PANDEMIC THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA FOR TELEPHONE EMPLOYEES IN PALEMBANG CITY

The Covid-19 pandemic affects various sectors, especially in the economic sector of the people in Palembang City who work as employees. With the enactment of PSBB, WFH, and Social Distancing causing current consumer behavior to change, it is important for MSME actors to change marketing strategies. The purpose of this study was to find out and understand the marketing strategy of MSMEs during the Covid-19 pandemic through Instagram social media for laid-off employees in Palembang City. This research is studied by using the marketing mix concept from Kotler and Armstrong. The method used in this study is a qualitative method with a qualitative descriptive type. This study uses data collection techniques based on observations, library research interviews and documentation with six (6) MSME business actors as the main informants. As for the results of this study, it is known that there are four marketing strategies that can be carried out by MSME business players during the Covid-19 pandemic, namely strategies in determining products, strategies in pricing, strategies in determining places and strategies in determining promotions.

Keywords: Covid-19 pandemic, MSMEs, Instagram

Supervisor I



Drs. Tri Agus Susanto, MS
NIP. 19580825 198203 1 003

Supervisor II



Mery Yanti, S.Sos. MA
NIP. 19770504 200012 2 001

*Head Of Dapartment Of Sociology
Faculty Social And Political Sciences
Universitas Of Sriwijaya*



Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si

NIP. 19750603 200003 2 001

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Persetujuan.....	iv
Surat Pernyataan.....	v
Motto dan Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Ringkasan.....	x
Summary	xi
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvi

BAB I

Penndahuluan

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan	10
1.3.1. Tujuan Umum	10
1.3.2. Tujuan Khusus	10
1.4. Manfaat	10
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2. Manfaat Praktis	11

BAB II

Tinjauan Pustaka dan Kerangka Pemikiran

2.1. Tinjauan Pustaka	12
2.2. Kerangka Berpikir.....	19
2.2.1 Strategi Pemasaran.....	19
2.2.2 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	19
2.2.3 Pandemi Covid-19	21
2.2.4. Konsep Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	22
2.2.5 Media Sosial.....	25
2.2.6 Instagram.....	25
2.2.7 Karyawan PHK	26

BAB III

Metodologi Penelitian

3.1. Desain Penelitian.....	30
3.2. Lokasi Penelitian.....	30
3.3. Strategi Penelitian	30
3.4. Fokus Penelitian	31

3.5. Jenis dan Sumber Data	33
3.6. Kriteria dan Penentuan Informan	34
3.7. Peranan Peneliti	35
3.8. Teknik Pengumpulan Data	35
3.9. Unit Analisis	37
3.10. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data Penelitian	38
3.11. Teknik Analisis	39
3.12. Jadwal Penelitian	41

BAB IV

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1 Gambaran Umum Kota Palembang	42
4.1.1 Sejarah Kota Palembang	42
4.1.2 Letak dan Kondisi Geografis	43
4.1.3 Batas dan Wilayah Administratif	44
4.2 Kependudukan Kota Palembang	46
4.2.1 Jumlah Penduduk Kota Palembang	46
4.2.2 Jenis Pekerjaan Berdasarkan Lapangan Usaha, Status dalam Pekerjaan dan Status Pekerjaan Utama 2019	46
4.3 Gambaran Umum Pengguna Media Sosial Instagram	48
4.4 Pengguna Instagram Berdasarkan Gande di Indonesia Tahun 2019	49
4. 5 Gambaran Informan Penelitian	47
4.5.1 Informan Utama	50
4.5.2 Informan Pendukung	52

BAB V

Hasil dan Pembahasan

5.1 Strategi Pemasaran UMKM saat Masa Pandemi Covid-19 di Kota Palembang	54
5.1.1 Produk (Product)	58
5.1.2 Harga (Price)	62
5.1.3 Tempat (Place)	64
5.1.4 Promosi (Promotion)	69
5.2 Teknologi Dalam Mendukung UMKM Saat Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Palembang	71

BAB VI

Penutup

6.1 Kesimpulan	77
6.2 Saran	77

DAFTAR PUSTAKA	79
PEDOMAN WAWANCARA	83
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persebaran Covid-19 di Indonesia	2
Tabel 1.2 Dampak Covid-19 ke UMKM	4
Tabel 1.3 Data perkembangan UKM Per Kecamatan Kota Palembang sampai dengan Tahun 2020.....	8
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Tabel Fokus Penelitian.....	32
Tabel 4.5.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.1.2 Luas Wilayah dan Pembagian Wilayah Administrasi Kota Palembang Tahun 2015	45
Tabel 4.2.1 Data Penduduk Menurut Kelompok Umur (Jiwa) 2019	46
Tabel 4.2.2 Presentase Pekerja Menurut Lapangan Usaha dan Status Pekerjaan Utama dan Jenis Kelamin Kota Palembang 2019	47
Tabel 4.2.3 Persentase Pekerja Menurut Status dalam Pekerjaan Utama dan Jenis Kelamin Kota Palembang Tahun 2019	47
Tabel 4.2 Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2019	48
Tabel 5.1 Identifikasi Jenis Pekerjaan (Pindahan Pekerjaan yang Semula Petani) di Kelurahan Tejoagung Tahun 2017 dan 2019.....	53
Tabel 4.5.2 Gambaran Informan Utama di Kota Palembang.....	
Tabel 4.4.2 Gambaran Informan Pendukung di Kota Palembang	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.3 Fitur Gift Card.....	6
Gambar 1.4 Penggunaan Fitur Gift Card oleh pelaku UMKM	7
Bagan 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran	28
Gambar 2.5 Bagan Mobilitas Sosial Antargenerasi Turun	24
Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4.1Peta Kota Palembang	44
Gambar 4.2 Jumlah Pengguna Instagram Berdasarkan Gender di Indonesia Bulan November Tahun 2019.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut *World Health Organization* (WHO) menyatakan Corona virus ini dinamakan sebagai Covid-19 (CoV) yaitu merupakan virus yang dapat menginfeksi suatu sistem pernapasan pada manusia. Virus Corona ini awalnya mengakibatkan sakit flu biasa kemudian menjadi penyakit yang lebih parah yaitu, Sindrom Pernafasan Timur Tengah (MERS-CoV) dan Sindrom Pernafasan Akut Parah (SARS-CoV). Virus Corona ini terjadi karena penularan antara hewan dan manusia yang bisa disebut dengan *zoonotic*. Virus Corona atau Covid-19 ini sebagai penyakit baru yang terjadi di Kota Wuhan, Cina pada akhir tahun 2019. Diketahui disana menjual berbagai jenis daging hewan, termasuk hewan yang seharusnya tidak dikonsumsi seperti ular, kelelawar dan berbagai jenis tikus. Virus Corona atau Covid-19 ini awalnya bermula dari Pneumonia atau radang paru-paru kemudian menginfeksi sistem pernapasan pada manusia, kemudian virus ini menyebar keseluruhan dunia dengan sangat cepat (Putra & Dana, 2016).

Tidak sedikit yang mengalami kasus infeksi Pneumonia ini ditemukan di pasar hewan. Virus corona atau Covid-19 diduga dari memakan daging kelelawar dan hewan lainnya yang akhirnya menjadi infeksi dan penularan. Virus corona sebenarnya sering terjadi di dalam dunia kesehatan hewan, namun beberapa jenis yang dapat terinfeksi pada manusia sampai mengalami penyakit radang paru-paru. Berdasarkan keterangan dari Kementerian Kesehatan Indonesia, perkembangan terjadinya virus di kota Wuhan mulai pada tanggal 30 Desember 2019 dimana Wuhan *Municipal Health Committee* mengeluarkan pernyataan "*urgent notice on the treatment of pneumonia of unknown cause*". Sudah terdapat sekitar 188 negara yang terkonfirmasi terkena virus Corona. Salah satunya adalah negara Indonesia dengan terjadinya penyebaran virus Corona telah membawa

dampak yang besar pada perekonomian Indonesia, baik dari sisi perdagangan, investasi dan pariwisata (Putra & Dana, 2016).

Tabel 1. 1
Persebaran Covid-19 di Indonesia

Provinsi	Kasus	Sembuh	Meninggal
Jawa Timur	67.613	58.770	4.740
Jakarta	149.018	134.272	2.882
Jawa Tengah	63.610	43.316	2.544
Jawa Barat	63.043	51.727	1.025
Sumatra Utara	16.424	13.724	637
Kalimantan Timur	21.752	18.513	627
Kalimantan Selatan	13.824	12.397	548
Sumatra Selatan	10.085	8.329	545
Sulawesi Selatan	22.402	19.269	512
Riau	21.847	19.404	500
Bali	15.182	13.791	455
Sumatra Barat	21.440	17.881	438
Banten	14.440	9.398	372
Aceh	8.458	6.818	342
Sulawesi Utara	7.666	5.830	260
Nusa Tenggara Barat	4.916	4.109	252
Kalimantan Tengah	7.458	5.148	215
Lampung	4.491	2.665	191
Yogyakarta	7.612	5.266	162
Kepulauan Riau	6.033	4.705	151
Papua	12.339	5.459	142
Sulawesi Tenggara	7.057	5.968	116
Gorontalo	3.290	3.109	95
Papua Barat	5.521	4.930	94
Bengkulu	2.244	1.672	93
Maluku Utara	2.496	2.029	84
Sulawesi Tengah	2.308	1.407	82
Maluku	4.769	3.852	68
Jambi	2.534	1.548	42
Nusa Tenggara Timur	1.508	774	30
Sulawesi Barat	1.541	1.367	26
Kalimantan Barat	2.688	2.347	24
Kalimantan Utara	2.006	1.176	23
Kepulauan Bangka Belitung	1.318	1.005	19

Sumber: (Kementerian Kesehatan)

Terakhir diperbaharui pada 10 Desember 2020 16.00 WIB.

Berdasarkan tabel 1.1 persebaran Covid-19 di Indonesia menurut Kementerian Kesehatan tahun 2020 jumlah kasus tertinggi terjadi di Jakarta sebanyak 149.018 jiwa. Kemudian jumlah kasus tertinggi ke dua di Jawa Timur sebanyak 67.613 jiwa. Untuk jumlah kasus tertinggi yang ke tiga terjadi di Provinsi Jawa Tengah sebanyak 63.610 jiwa. Sedangkan untuk Sumatera Selatan memiliki jumlah kasus 10.085 jiwa dan terus bertambah.

Kemudian, Kota Palembang menjadi salah satu kota yang terkena dampak dari penyebaran Covid-19. Untuk saat ini di Kota Palembang sendiri masih terjadi penyebaran virus corona pasien yang positif di Kota Palembang bertambah sebanyak 37 orang total untuk saat ini menjadi 1539 orang dari data Dinas Kesehatan (Dinkes) Kota Palembang. Untuk pasien yang meninggal dunia tidak terjadi penambahan, tetap berjumlah 73 orang meninggal dunia. Kasus positif virus corona, ODP, PDP, sembuh dan meninggal terkonfirmasi di 18 kecamatan dan 88 kelurahan di Kota Palembang. Jumlah ODP di Kota Palembang saat ini bertambah sebanyak 6 orang dengan total 5799 orang (Rosa, 2020).

Pandemi Covid-19 ini memberi dampak yang sangat berat di semua sektor terutama pada bisnis kecil atau yang disebut juga Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Banyak yang terpaksa merumahkan karyawan dengan adanya masalah ini dapat menyebabkan masalah-masalah sosial yang terjadi di masyarakat seperti pengangguran, kemiskinan, krisis ekonomi dan tindak kriminal yang terjadi di masyarakat. Pemerintah dan masyarakat saat ini dituntut siap dalam menghadapi situasi darurat untuk mengantisipasi dampak dari Covid-19 terutama pada sektor bisnis. Dengan diberlakukannya penerapan Work From Home (WFH) dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) untuk para karyawan baik swasta maupun pemerintah sehingga hal ini sangat berpengaruh pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Menteri Keuangan Sri Mulyani menyatakan, jika Covid-19 ini dapat segera ditangani maka pertumbuhan ekonomi Indonesia dapat meningkat di atas 4%. Namun, pihak pemerintah harus bersiap apabila pandemi ini masih terus terjadi maka situasi perekonomian Indonesia lebih memburuk lagi. Penyebab penurunan pertumbuhan ekonomi yaitu, karena menurunnya konsumsi pada rumah tangga dan turunnya omset penjualan UMKM. Menteri Keuangan Sri Mulyani menyatakan bahwa akibat dari kondisi ini berimbas pada penurunan konsumsi rumah tangga sekitar 3,2 persen sampai 1,2 persen. Penurunan tersebut disebabkan oleh turunnya daya beli masyarakat karena efek dari PHK yang akhirnya masyarakat mengalami penurunan pendapatan (Intan, 2020).

Pada UMKM, terdapat permasalahan yang terjadi seperti kurangnya bahan baku, menurunnya penjualan, terhambatnya produksi dan distribusi, kesulitan modal, dan kurangnya pengetahuan teknologi informasi sehingga jaringan usaha terhambat yang kemampuan para pelaku bisnis untuk menghadapi suatu perubahan khususnya dalam hal transaksi menjadi terhambat karena yang awalnya menggunakan cara manual sekarang dituntut harus serba digital dan juga wisatawan berkurang karena mereka yang berkunjung ke suatu destinasi biasanya membeli oleh-oleh khas daerah yang dikunjungi. Namun, wisatawan yang berkunjung berkurang jadi omset UMKM juga menurun drastis. Sudah sekitar 400 perusahaan yang melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) terhadap karyawan di Kota Palembang. Ada yang melakukan PHK dan ada juga yang merumahkan karyawannya akibat pandemi Covid-19 dan rata-rata mendominasi dari sektor perdagangan atau bisnis (Agustin, 2020).

Tabel 1. 2
Dampak Covid-19 ke UMKM

Dampak	Presentase %
Omset Penjualan Menurun	56,0 %
Kesulitan Modal Usaha	22,0 %
Kendala Distribusi Produk	15,0 %
Kesulitan Bahan Baku	4,0 %

Sumber : Setiawan (2020) dan Kemenkop-UKM (2020)

Berdasarkan tabel 1.2 menurut Kemenkop UKM pada dampak UMKM tertinggi yaitu mengalami penurunan omset penjualan selama masa pandemi Covid-19 sebanyak 56,0%. adapun kesulitan modal pada usaha sebanyak 22.0%, selain itu terjadi pada kendala distribusi produk sebanyak 15,0% dan kesulitan bahan baku yang di dapat untuk produk sebanyak 4,0%.

Jika semua cara telah usahakan agar tidak terjadinya PHK tetapi tetap tidak bisa dicegah, maka wajib untuk merundingkan terkait PHK pada para pelaku bisnis, pengusaha, serikat pekerja, serikat buruh atau dengan pekerja. Pada situasi yang terjadi saat ini pemerintah meminta agar pengusaha tidak melakukan PHK,

terutama yang rentan terkena dampak pandemi Covid-19 (Prajnaparamitha & Ghoni, 2020). Butuh inovasi tepat dan cepat guna menciptakan aktivitas baru agar bisa memastikan kelanjutan suatu usaha, sehingga dapat mengurangi dampak negatif pada sektor ekonomi. Bisa menggunakan media sosial dalam memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai online shop untuk alternatif atau solusi dari akibat penutupan secara paksa terhadap pelaku usaha bisnis atau karyawan baik perusahaan atau UMKM oleh pemerintah.

Para UMKM banyak kehilangan lapak yang disebabkan WFH dan PSBB. Dari data Bank Indonesia, tahun 2016 sektor UMKM membantu dunia bisnis di Indonesia dengan banyak membutuhkan tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran. Namun, untuk ini tidak sedikit bisnis kecil yang akhirnya harus memaksa mereka untuk tutup selamanya. Persoalan ini kemudian membuat banyak pembisnis menguatkan promosi dan penjualan produknya dengan berbagai cara salah satunya melalui media sosial terutama pada *instagram*.

Pada awalnya *instagram* merupakan sebuah aplikasi untuk berbagi foto dan mengambil gambar yang kemudian menggunakan *filter digital* untuk mengubah tampilan efek foto dan membagikannya di media sosial *instagram* itu sendiri. Namun melihat kondisi saat ini, *instagram* akhirnya ikut dalam membantu bisnis kecil yang mengalami dampak Pandemi Covid-19. Saat ini *instagram* mengeluarkan beberapa fitur baru guna membantu mempromosikan bisnis kecil. Dengan berbagai fitur-fitur yang disediakan ini, *instagram* ingin membantu para pelaku bisnis supaya mudah ditemukan oleh konsumen dan dapat menjangkau konsumen lebih luas lagi. Salah satu fitur yang diluncurkan *instagram* pada saat masa Pandemi untuk membantu UMKM adalah fitur *gift card*, fitur ini yaitu semacam stiker yang diletakkan di *stories* pengguna *instagram*.

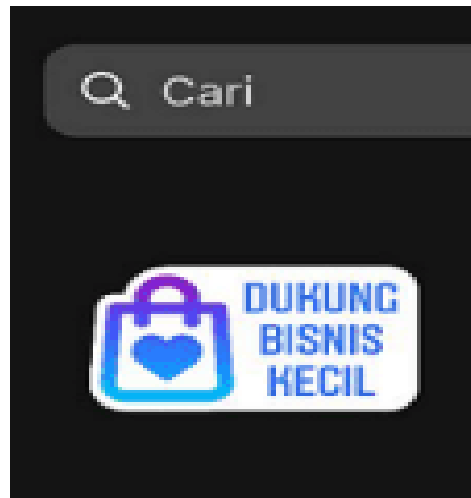
Pengguna *instagram* yang menggunakan fitur *gift card* dapat mendukung bisnis dengan cara mengklik stiker tersebut. Jadi, ketika *followers* menyetuk stiker ini di *stories* atau profil bisnis akun mereka, akan langsung diarahkan ke laman mitra penyedia *gift card* tersebut (Farhana, 2020). Para pengguna lainya dan pembeli dapat membagikan stiker *gift card* ini juga di *stories* mereka dengan begitu, lebih banyak orang yang ikut juga mendukung UMKM tersebut. Namun, agar

mendapatkan respon yang di inginkan dipasar sasaran. Para pelaku bisnis UMKM sebaiknya menentukan terlebih dahulu empat P yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi) dengan begitu bisnis UMKM yang akan dijalankan lebih jelas sehingga dapat mengurangi risiko kerugian.

Pemerintah menetapkan kebijakan *Social Distancing* dan PSBB menyebabkan beberapa toko *offline* harus tutup yang kemudian membuat masyarakat berada dirumah mereka dan merubah perilaku konsumen, hal ini inilah yang sangat penting bagi UMKM untuk merubah strategi pemasaran. Selain fitur *gift card* masih ada beberapa fitur lainnya yang disediakan *instagram* untuk menunjang aktivitas tersebut. *Instagram* mengembangkan beberapa fitur yang terkait dengan bisnis yaitu *Ferdy Nandes, Head of Emerging Bisnis, SMBs* dan *Facebook. Instagram South-East Asia*, menyatakan bahwa ada lima fitur *instagram* terbaru yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku bisnis UMKM dalam memasarkan produknya. Fitur-fitur *instagram* ini seharusnya sangat berguna sekali bagi para pelaku UMKM sebagai tempat untuk mempromosikan produk-produk yang mereka jual (Lynna, 2020).

Gambar 1.3

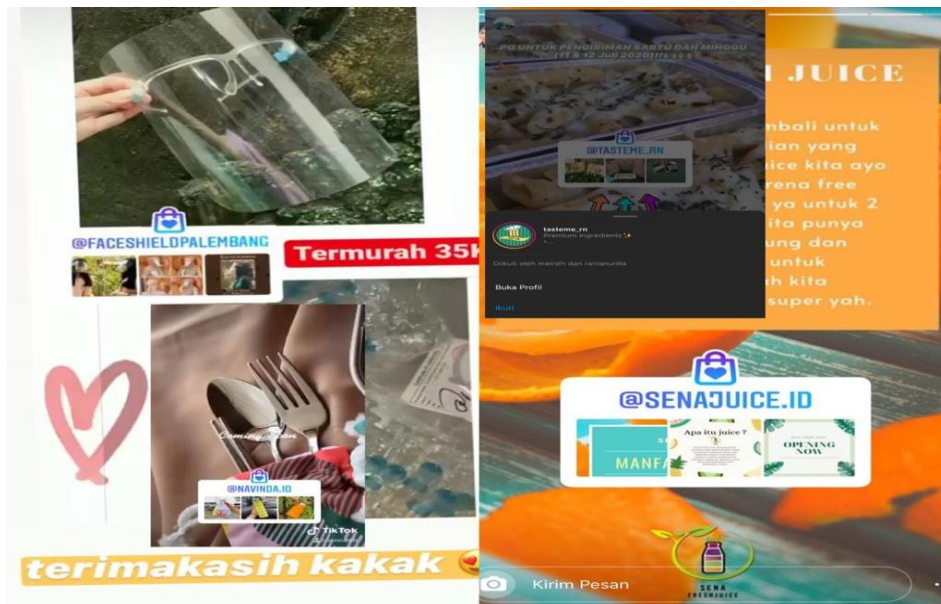
Fitur *Gift Card*



Sumber: Screenshoot aplikasi instagram (2020).

Gambar 1. 4

Penggunaan Fitur *Gift Card* oleh pelaku UMKM



Sumber: Screenshoot akun pengguna fitur gift card (2020).

Dari Maret sampai 5 April 2020 sekitar 1.262 karyawan di Kota Palembang yang melakukan PHK dan dirumahkan karyawannya. Karena sangat terbatasnya aktivitas perekonomian yang mengakibatkan banyak perusahaan

maupun industri melakukan penutupan operasional akibat pandemi Covid-19 (Muhani, 2020). Adanya perubahan ini, menyebabkan masyarakat harus beradaptasi dalam hal memperoleh penghasilan guna memenuhi kebutuhan. Menurut Mega sebagai Kabid UKM Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Sumatera Selatan terus tumbuh selama masa pandemi Covid-19 hingga desember 2020 angkanya menjadi dua kali lipat dibandingkan tahun 2019 yang hanya 162 ribu UKM, kemudian per desember 2020 sudah mencapai 472 ribu UKM. Paling banyak terjadi penambahan di Kota Palembang dan sekitarnya. Naiknya jumlah UKM dalam analisisnya disebabkan banyak karyawan yang terkena PHK maupun dirumahkan sementara. Lamanya menganggur membuat para pekerja yang di PHK berpikir untuk membuka usaha sendiri (MC Kota Palembang, 2021).

Tabel 1.3 Data perkembangan UKM Per Kecamatan Kota Palembang sampai dengan Tahun 2020

No.	Kecamatan	Unit Usaha			Total Unit Usaha
		Mikro	Kecil	Menengah	
1.	Iilir Barat I	732	1.958	402	2.668
2.	Bukit Kecil	652	1.258	258	1.745
3.	Iilir Barat II	689	1.478	299	2.042
4.	Gandus	464	682	119	843
5.	Sukarami	1.299	3.259	712	4.777
6.	Kemuning	545	1.113	212	1.448
7.	Iilir Timur I	1.353	3.997	963	5.821
8.	Alang-Alang Lebar	529	1.041	201	1.349
9.	Iilir Timur II	934	2.462	591	3.544
10.	Iilir Timur III	679	1.221	222	1.700
11.	Kalidoni	521	1.026	120	1.246
12.	Sako	719	1.606	318	2.219
13.	Sematang Borang	462	684	134	858
14.	Seberang Ulu I	670	1.229	302	1.789
15.	Kertapati	455	563	96	689
16.	Seberang Ulu II	923	2.094	445	3.040
17.	Jakabaring	575	1.175	176	1.506
18.	Plaju	454	629	127	790
Jumlah		12.655	27.475	5.697	45.827

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang, (2020)

Berdasarkan tabel 1.3 perkembangan UKM per kecamatan Kota Palembang sampai dengan tahun 2020 didominasi oleh daerah ilir timur I dengan total sebanyak 5.821 unit usaha. Kemudian, sukarami sebanyak 4.777 unit usaha dan di daerah seberang ulu II sebanyak 3.040 unit usaha. Total jumlah unit usaha pada tabel

tersebut sebanyak 45.827 unit usaha, jumlah tersebut diduga sudah bertambah selama masa pandemi di Kota Palembang.

Oleh karena itu, *instagram* hadir sebagai bagi para pedagang UMKM untuk dapat memasarkan atau mempromosikan produk dagangannya tanpa harus membukan gerai tokonya secara offline yang dikhawatirkan memperparah penyebaran virus Covid-19. Selain itu, pada penelitian ini penulis juga ingin memperkenalkan fitur *gift card* sebagai salah satu fitur dalam aplikasi *instagram* yang dipertemukan bagi para pedangang UMKM dalam mempromosikan produknya. Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan tiga orang karyawan PHK di Kota Palembang kemudian membuka bisnis UMKM pada saat masa pandemi Covid-19 melalui media sosial *instagram*.

Dari permasalahan ini, peneliti tertarik untuk memilih topik tersebut. Alasan peneliti memilih Kota Palembang karena merupakan salah satu Kota yang mengalami dampak penurunan drastis dalam bidang perekonomian. Namun, inisiatif *instagram* dalam rangka mendukung usaha kecil selama masa Pandemi Covid-19 ini dapat dikatakan belum dimanfaatkan dengan baik oleh pelaku bisnis, padahal ini dapat menjadi peluang yang sangat baik jika para pelaku bisnis tersebut mampu memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh pihak *instagram*. Masyarakat khususnya kelompok UMKM dipandang belum optimal dalam perekonomian digital, maka masyarakat membutuhkan upaya untuk membuka akses kepada mereka agar kegiatan perekonomian yang memanfaatkan teknologi pada media sosial *instagram* bisa membantu para pelaku bisnis (Putra & Dana, 2016).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah pernyataan yang akan di buktikan kebenarannya melalui penelitian sosial yang dilakukan oleh peneliti, munculnya rumusan masalah akibat adanya gejala atau masalah sosial yang kemudian dibuktikan secara akademis. Berdasarkan latar belakang penelitian yang dijabarkan tersebut, adapun rumusan masalah utama pada penelitian ini yaitu, bagaimana strategi yang digunakan dalam pemasaran UMKM saat masa pandemi Covid-19 pada karyawan

PHK di Kota Palembang ? kemudian, peneliti menurunkan pertanyaan penelitian yakni :

1. Apa saja strategi yang digunakan UMKM saat masa pandemi Covid-19 di Kota Palembang ?
2. Bagaimana fitur *gift card* pada aplikasi *instagram* dapat mendukung UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Kota Palembang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan hal apa yang ingin dicapai pada suatu penelitian agar dapat terbukti kebenarannya terkait masalah yang akan diteliti. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan hendak dicapai dari penelitian ini adalah ;

1.3.1 Tujuan Umum

Untuk mengetahui dan memahami strategi pemasaran UMKM saat masa pandemi Covid-19 melalui media sosial *instagram* pada karyawan PHK di Kota Palembang.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui dan memahami apa saja strategi yang digunakan UMKM saat masa pandemi Covid-19 pada karyawan PHK di Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui dan memahami fitur *gift card* pada aplikasi *instagram* dapat mendukung UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Kota Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yaitu dampak positif yang diberikan oleh suatu penelitian sosial yang telah dilakukan. Manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memperluas bahan referensi pada ilmu sosiologi dalam memanfaatkan kemajuan teknologi dan media sosial dalam mata kuliah sosiologi ekonomi, kewirausahaan dan masalah sosial sehingga kemudian di implementasikan terkait aplikasi *instagram* Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Saat Masa Pandemi Covid-19 di Kota Palembang.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pikiran terhadap pihak-pihak yang berkepentingan, baik masyarakat, mahasiswa maupun dosen.
2. Sebagai sumber referensi bagi peneliti berikutnya dalam melakukan penelitian yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSAKA

Buku :

- Creswell, J. W. (2016). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar
- Denzim, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln (eds.). 2000. *Handbook of Qualitative Research*. Terj. Dariyatno dkk. Jogjakarta: Pustaka Pelajar
- Nugrahani F, M. H. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. <http://digilibfkip.univetbantara.ac.id/materi/Buku.pdf>
- Moleong, Lexy. J. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy. J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta (ed.)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Burhan Bungin, (2007). *Penelitian Kualitatif* (Kedua). Prenada Media Goup.

Jurnal :

- Agung, I. M. (2020). Memahami Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Psikologi Sosial. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(2), 68–84. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Psikobuletin/article/view/9616/5058>
- Firman, F. (2020). Dampak Covid-19 terhadap Pembelajaran di Perguruan Tinggi. *BIOMA: Jurnal Biologi Dan Pembelajarannya*, 2(1), 14–20.
- Fitriyani, I. N. S. M. N. F. (2020). Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, Vol.1 No.2, 87–95.
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, Vol. 20 No, 90–92.
- Juaningsih, I. N. (2020). Analisis Kebijakan PHK Bagi Para Pekerja Pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Buletin Hukum Dan Keadilan*, 4(1), 189–196.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal*

Ekonomi, Vol. 22 No, 118–122.

- Agung, I. M. (2020). Memahami Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Psikologi Sosial. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(2), 68–84. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Psikobuletin/article/view/9616/5058>
- Agustin, F. M. (2020). *Dampak Corona, 400 Perusahaan di Palembang PHK Karyawan*. <https://sumsel.idntimes.com/news/sumsel/feny-agustin/dampak-corona-400-perusahaan-di-palembang-phk-karyawan/4/full>
- Farhana, K. (2020). *Dukung UMKM Indonesia Lewat Fitur Baru Instagram*. <https://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/4251960/dukung-umkm-indonesia-lewat-fitur-baru-instagram>
- Firman, F. (2020). Dampak Covid-19 terhadap Pembelajaran di Perguruan Tinggi. *BIOMA: Jurnal Biologi Dan Pembelajarannya*, 2(1), 14–20.
- Intan, G. (2020). *Menkeu: Dampak Covid-19, Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2020 bisa Minus 0,4 persen*. [voaindonesia.com: https://www.voaindonesia.com/a/menkeu-dampak-covid-19-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2020-bisa-minus-0-4-persen/5355838.html](https://www.voaindonesia.com/a/menkeu-dampak-covid-19-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2020-bisa-minus-0-4-persen/5355838.html)
- Juaningsih, I. N. (2020). Analisis Kebijakan PHK Bagi Para Pekerja Pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Buletin Hukum Dan Keadilan*, 4(1), 189–196.
- Lynna. (2020). *Instagram Luncurkan Fitur Baru untuk Dukung Bisnis Kecil di Masa Pandemi*. [www.kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/lynna123/5eba4bc5d541df45a245d453/instagram-luncurkan-fitur-baru-untuk-dukung-bisnis-kecil-di-masa-pandemi](https://www.kompasiana.com/lynna123/5eba4bc5d541df45a245d453/instagram-luncurkan-fitur-baru-untuk-dukung-bisnis-kecil-di-masa-pandemi)
- Muhani, Karyatun, S., Hardini, R., & Sabilah, H. S. (2020). *Strategi Pemasaran Selama Masa Pandemi Covid-19*. 3–12. [http://repository.unas.ac.id/1194/1/Penelitian Covid - Lengkap.pdf](http://repository.unas.ac.id/1194/1/Penelitian%20Covid%20-%20Lengkap.pdf)
- Prajnaparamitha, K., & Ghoni, M. R. (2020). Perlindungan Status Kerja Dan Pengupahan Tenaga Kerja Dalam Situasi Pandemi COVID-19 Berdasarkan Perspektif Pembaharuan Hukum. *Administrative Law and Governance Journal*, 3(2), 314–328. <https://doi.org/10.14710/alj.v3i2.314-328>
- Putra, I., & Dana, I. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham Perusahaan Farmasi Di Bei. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(11), 249101.
- Retnowati, N. D., Indrianingsih, Y., & Honggowibowo, A. S. (2019). Pemanfaatan Endorse Dan Hashtag Untuk Pemasaran Produk Menggunakan Instagram Pada UMKM Di Kecamatan Patuk Kabupaten Gunung Kidul. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(1), 69–80. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v3i1.530>
- Rosa, M. C. (2020). *Update Covid-19 di Palembang, 6 Juli 2020, 1539 Positif, 638 Sembuh, 73 Meninggal*. <https://palembang.tribunnews.com/2020/07/07/update-covid-19-di-palembang-6-juli-2020-1539-positif-638-sem-buh-73-meninggal>

- Sukur, moch halim. (2020). Penanganan Pelayanan Kesehatan Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Hukum Kesehatan. *Journal Inicio Legis Volume 1 Nomor 1 Oktober 2020, 1*, 1–17.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta - Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/index/search/search?query=strategi+pemasaran&searchJournal=&authors=&title=&abstract=&galleyFullText=&suppFiles=&dateFromMonth=&dateFromDay=&dateFromYear=&dateToMonth=&dateToDay=&dateToYear=&dateToHour=23&dateTo>

Sumber Lain :

- Agustin, F. M. (2020). *Dampak Corona, 400 Perusahaan di Palembang PHK Karyawan*. <https://sumsel.idntimes.com/news/sumsel/feny-agustin/dampak-corona-400-perusahaan-di-palembang-phk-karyawan/4/full>
- Farhana, K. (2020). *Dukung UMKM Indonesia Lewat Fitur Baru Instagram*. <https://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/4251960/dukung-umkm-indonesia-lewat-fitur-baru-instagram>
- Intan, G. (2020). *Menkeu: Dampak Covid-19, Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2020 bisa Minus 0,4 persen*. [voaindonesia.com: https://www.voaindonesia.com/a/menkeu-dampak-covid-19-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2020-bisa-minus-0-4-persen/5355838.html](https://www.voaindonesia.com/a/menkeu-dampak-covid-19-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2020-bisa-minus-0-4-persen/5355838.html)
- Lynna. (2020). *Instagram Luncurkan Fitur Baru untuk Dukung Bisnis Kecil di Masa Pandemi*. [www.kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/lynna123/5eba4bc5d541df45a245d453/instagram-luncurkan-fitur-baru-untuk-dukung-bisnis-kecil-di-masa-pandemi](https://www.kompasiana.com/lynna123/5eba4bc5d541df45a245d453/instagram-luncurkan-fitur-baru-untuk-dukung-bisnis-kecil-di-masa-pandemi)
- MC Kota Palembang. (2021). *Selama Pandemi COVID-19, Jumlah UKM di Sumsel Naik*. 12 Januari. <https://infopublik.id/kategori/nusantara/502539/selama-pandemi-covid-19-jumlah-ukm-di-sumsel-naik>
- Rosa, M. C. (2020). *Update Covid-19 di Palembang, 6 Juli 2020, 1539 Positif, 638 Sembuh, 73 Meninggal*. <https://palembang.tribunnews.com/2020/07/07/update-covid-19-di-palembang-6-juli-2020-1539-positif-638-semuh-73-meninggal>
- Kementerian Kesehatan. (2020, November 23). *Covid-19 Indonesia mencapai setengah juta kasus positif, 25% di antaranya ada di Jakarta*. Retrieved from [www.bbc.com: https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-51850113](https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-51850113).