# SKRIPSI

# PERUBAHAN PERILAKU PELAKU BISNIS DI MASA PANDEMI COVID 19 (Studi Pada Penjual Pempek Di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang)

**MUHAMMAD JULIAN AKBAR**
**07021381722129**

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

# SKRIPSI

# PERUBAHAN PERILAKU PELAKU BISNIS DI MASA PANDEMI COVID 19 (Studi Pada Penjual Pempek Di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang)

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

**MUHAMMAD JULIAN AKBAR**
**07021381722129**

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

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PERUBAHAN PERILAKU PELAKU BISNIS DI MASA PANDEMI COVID 19**

**(STUDI PADA PENJUAL PEMPEK DI KAMPUNG PEMPEK 26 ILIR KOTA PALEMBANG)**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**MUHAMMAD JULIAN AKBAR**

**07021381722129**

| Dosen Pembimbing I | Dosen Pembimbing II |
|---|---|
| Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si | Dra. Yusnaini, M.Si |
| NIP. 196010021992032001 | NIP. 196405151993022001 |

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Sriwijaya**

**Prof. Dr. Alfitri, M.Si**

**NIP. 196601221990031004**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul "Perubahan Perilaku Pelaku Bisnis di Masa Pandemi Covid 19 (Studi pada Penjual Pempek di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang)" telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya pada tanggal 27 Oktober 2021.

Indralaya, 2021

Ketua:

1. Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si
   NIP. 196010021992032001

Anggota :

2. Dra. Yusnaini, M.Si
   NIP.196405151993022001
3. Dr. Mulyanto, MA
   NIP.195611221983031002
4. Dr. Yoyok Hendarso, MA
   NIP.19006251985031005

Mengetahui.
Dekan FISIP - UNSRI

Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Sosiologi

Dr. Yunindyawati, S.Sos, M.Si
NIP. 197506032000032001

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN SOSIOLOGI
Jalan Srijaya Negara KampusUnsri Bukit Besar Palembang
Telepon (0711) 36449 | Fax 36446

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Julian Akbar

NIM : 07021381722129

Jurusan : Sosiologi

Konsentrasi : Perencanaan Sosial

Judul Skripsi : Perubahan Perilaku Pelaku Bisnis Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Penjual Pempek Di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang)

Alamat : Jln. DI Panjaitan Lorong Kolam RT 30 RW 10 Kelurahan Tangga Takat Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang

No.Hp : 082182409380

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

Surat pernyataan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 20 Januari 2022

Yang Menyatakan,

Muhammad Julian Akbar

NIM. 07021381722129

# MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**The worldly life is not but the amusement**

**But the home of hereafter is the best for those**

**Skripsi ini kupersembahkan untuk:**

1. **Kedua orang tuaku tercinta**
2. **Keluargaku**
3. **Sahabatku**
4. **Almamaterku**

# KATA PENGANTAR

Dengan megucap puji syukur penulis memanjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Perubahan Perilaku Pelaku Bisnis di Masa Pandemi Covid 19 (Studi pada Penjual Pempek di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang)" yang disusun guna memenuhi persyaratan dalam mencapai derajat S1 Ilmu Sosial pada Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Sehubungan dengan hal itu, penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa bantuan dari pihak-pihak yang berhubungan dengan skripsi ini, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
2. Ibu Dr. Yunindyawati, S.Sos., M. selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
3. Ibu Dra. Dyah Hapsari, ENH selaku pembimbing pertama, yang telah banyak membantu, memberi semangat dan meluangkan waktu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dra, Yusnaini, M.Si selaku pembimbing kedua, yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Mulyanto, MA selaku pembimbing akademik yang telah banyak membantu penulis dalam urusan akademik selama perkuliahan.
6. Seluruh doen dan staf karyawan di Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
7. Kedua Orang tua Amir Hamzah dan Asnah yang selalu mendoakan, terima kasih atas semua yang telah di berikan selama ini.
8. Saudara-saudaraku Kakak, Ayuk, Yuk Reni dan Adikku Robby. Semoga kita selalu dilindungi oleh Allah swt.
9. Untuk sahabat-sahabatku Dilak, Theda, Eji, Deby, Agong, Dian, Tiwi. Dian, Mia, Nabila, Ricky, Sigit, Jim, Angga, Fauzan, Ilham, Randi dan Irsan yang selalu ada. Terima kasih atas kebersamaan dan perhatian serta kesetiannya selama ini. Semoga kita menjadi pribadi yang bernilai dan menjadi kebanggan orang tua kita masing-masing.
10. Teman-teman Jurusan Sosiologi 2017 kampus Palembang
11. Kelurahan Talang Semut yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian di kawasan Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang.
12. Seluruh Informan yang telah bersedia diwawancarai, terima kasih banyak telah meluangkan waktunya untuk saya

Semoga Allah swt membalas semua yang telah kalian berikan demi kelancaran skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari akan kelemahan dan kekurangan diri sebagai manusia yang tidak luput dari kekeliruan dan kehilafan. Penulis yakin bahwa dalam skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu dengan berlapang dada penulis berharap semoga pembaca yang tertarik dengan masalah pengembangan kewirausahaan dapat memberikan kritik dan saran jika terdapat hal-hal yang kurang tepat. Dan semoga kelak akan ada karya-karya dengan hasil yang lebih baik lagi. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua terutama dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu sosiologi.

Palembang,  Oktober 2021

Muhammad Julian Akbar

## RINGKASAN

### PERUBAHAN PERILAKU PELAKU BISNIS DI MASA PANDEMI COVID 19 (STUDI PADA PENJUAL PEMPEK DI KAMPUNG PEMPEK 26 ILIR KOTA PALEMBANG)

Penelitian ini membahas tentang perubahan perilaku pelaku bisnis di masa pandemi Covid 19 di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan rancangan kualitatif dan merupakan penelitian lapangan dimana peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan fokus penelitian. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara mendalam serta dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat proses perubahan perilaku pelaku bisnis Pempek 26 Ilir Kota Palembang yaitu adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan *Social Distancing* sangat berdampak pada bisnis usaha pempek yang berada di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang. Pandemi Covid menghasilkan normalitas baru yang merubah tatanan perilaku bisnis usaha pempek secara konvensional menjadi bisnis secara online. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat bentuk perubahan perilaku pelaku bisnis pempek di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang yaitu mengubah penjualan dari konvensional menjadi online dengan cara memposting gambar pempek dan daftar harga pada akun instagram dan melayani pemesanan melalui pesan whatsapp. Pelaku bisnis pempek menggunakan virtual online dalam menerima pembayaran baik melalui via transfer bank maupun aplikasi OVO..

**Kata Kunci :** *Perubahan Sosial, Pelaku Usaha, Media Sosial*

**Dosen Pembimbing I**

**Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si**
**NIP. 196010021992032001**

**Dosen Pembimbing II**

**Dra. Yusnaini, M.Si**
**NIP. 196405151993022001**

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

**Dr. Yunindyawati, S.Sos, M.Si**
**NIP. 197506032000032001**

JURUSAN SOSIOLOGI FISIP



Universitas Sriwijaya

## *SUMMARY*

### *CHANGES IN BEHAVIOR OF BUSINESS ACTIVITIES DURING THE COVID 19 PANDEMIC (STUDY ON PEMPEK ENTREPRENEURS IN KAMPUNG PEMPEK 26 ILIR, PALEMBANG CITY)*

*This study discusses changes in the behavior of business people during the Covid 19 pandemic in Pempek 26 Ilir Village, Palembang City. This study uses a qualitative design and is a field research where researchers go directly to the research location to obtain data related to the research focus. Data collection was obtained through direct observation and in-depth interviews and documentation. The results of this study indicate that there is a process of changing the behavior of Pempek 26 Ilir business people in Palembang City, namely the existence of Large-Scale Social Restrictions (PSBB) and Social Distancing which has a huge impact on the Pempek business business in Pempek 26 Ilir Village, Palembang City. The Covid pandemic has resulted in a new normality that has changed the order of conventional pempek business behavior into an online business. This study also shows that there is a form of change in the behavior of Pempek business people in Pempek 26 Ilir Village, Palembang City, namely changing sales from conventional to online by posting pictures of Pempek and price lists on Instagram accounts and serving orders via WhatsApp messages. Pempek business people use virtual online in accepting payments either via bank transfer or the OVO application.*



***Keywords :*** *Social Change, Business Actor, Social Media*


***Advisor I***

**Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si**
**NIP. 196010021992032001**

***Advisor II***

**Dra. Yusnaini, M.Si**
**NIP. 196405151993022001**

***Head Of Sociology Department***
***Faculty Social Political Sciences***
***Sriwijaya University***

**Dr. Yunindyawati, S.Sos, M.Si**
**NIP. 197506032000032001**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... ii
HALAMAN PENGESAHAN ..... iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... vi
KATA PENGANTAR ..... vii
RINGKASAN ..... ix
SUMMARY ..... x
DAFTAR ISI ..... xi
DAFTAR TABEL ..... xiii
DAFTAR GAMBAR ..... xiv
BAB I PENDAHULUAN ..... 1
1.1 Latar Belakang Masalah ..... 1
1.2 Perumusan Masalah ..... 8
1.3 Tujuan Penelitian ..... 9
1.3.1 Tujuan Umum ..... 9
1.3.2 Tujuan Khusus ..... 9
1.4 Manfaat Penelitian ..... 9
1.4.1 Manfaat Teoritis ..... 9
1.4.2 Manfaat Praktis ..... 9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN ..... 11
2.1 Tinjaun Pustaka ..... 11
2.2 Kerangka Pemikiran ..... 18
2.2.1 Perubahan Sosial ..... 18
2.2.1.1 Faktor Penyebab Perubahan Sosial ..... 20
2.2.2 Pelaku Usaha ..... 21
2.2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ..... 22
2.2.4 Media Sosial ..... 24
2.2.4.1 Manfaat Media Sosial ..... 26
2.2.5 Instagram ..... 27
2.2.5.1 Fitur Pada Instagram ..... 29
2.2.6 Pemanfaatan Media Sosial ..... 31
BAB III METODE PENELITIAN ..... 34
3.1 Desain Penelitian ..... 34
3.2 Lokasi Penelitian ..... 34
3.3 Strategi Penelitian ..... 34
3.4 Fokus Penelitian ..... 35
3.5 Jenis dan Sumber Data ..... 35
3.6 Penentuan Informan ..... 36
3.7 Peranan Peneliti ..... 37
3.8 Unit Analisis Data ..... 37
3.9 Teknik Pengumpulan Data ..... 37
3.10 Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data ..... 39
3.11 Teknik Analisis Data ..... 40
3.12 Jadwal Penelitian ..... 41

BAB IV GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN .....42
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....42
4.1.1 Gambaran Umum Kota Palembang .....42
4.1.2 Penduduk Kota Palembang .....44
4.1.3 Pendidikan Kota Palembang .....44
4.2 Gambaran Umum Kelurahan 26 Ilir.....45
4.2.1 Penduduk Kelurahan 26 Ilir .....46
4.2.2 Pendidikan Kelurahan 26 Ilir .....46
4.3 Gambaran Umum Kampung Pempek 26 Ilir.....47
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....55
5.1 Proses Perubahan Perilaku Pelaku Bisnis Pempek Di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang .....55
5.2 Bentuk Perubahan Perilaku Pelaku Bisnis Pempek Di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang .....70
5.2.1 Mengubah Cara Penjualan Secara Online.....72
5.2.2 Mengubah Cara Pembayaran Melalui Virtual Online.....81
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....88
DAFTAR PUSTAKA .....90
LAMPIRAN.....92

# DAFTAR TABEL

Table 1 Daftar UMK di Kota Palembang 2019 ..... 4
Table 2 Daftar UMK di Kampung Pempek 26 Ilir Tahun 2021 ..... 5
Table 3 Persamaan dan Perbedaan Penelitan ..... 16
Table 4 Luas Daerah dan Pembagian Wilayah Administrasi Menurut Kecamatan di Kota Palembang Tahun 2020 ..... 43
Table 5 Jumlah Penduduk Tahun 2020 ..... 44
Table 6 Jumlah Sarana Pendidikan Kota Palembang Tahun 2020 ..... 45
Table 7 Batas Wilayah Kelurahan 24 Ilir ..... 45
Table 8 Jumlah Penduduk Kelurahan 26 Ilir ..... 46
Table 9 Daftar UMK di Kampung Pempek 26 Ilir Tahun 2021 ..... 48
Table 10 Daftar Informan Utama ..... 52
Table 11 Daftar Informan Pendukung ..... 54
Table 12 Jam Buka Pelaku Bisnis Pempek Di Kampung Pempek 26 Ilir ..... 57
Table 13 Harga Jual Pempek Pelaku Bisnis Pempek di Kampung ..... 58
Table 14 Rata-Rata Pendapatan Pelaku Bisnis Usaha Pempek di Kampung Pempek 26 Ilir Berdasarkan Kondisi ..... 59
Table 15 Pendapatan Pelaku Bisnis Pempek Bulan Juni Tahun 2020 Sebelum Covid 19 Melanda Dan Masa Pandemi Covid 19 Melanda ..... 64

# DAFTAR GAMBAR

**Gambar 2** Bagan Kerangka Pemikiran.....33

# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Wabah Covid-19 kini menjadi pandemi global setelah diumumkan oleh Badan Kesehatan Dunia dan penyebaran yang begitu cepat menjadikan Covid -19 sebagai topik utama di berbagai negara. Situasi krisis seperti ini tentu berdampak kepada berbagai sektor ekonomi, (Wardani, 2020). Penerapan pembatasan sosial mengharuskan masyarakat membatasi mobilitasnya dan berdiam di rumah guna mengurangi kontak langsung dengan orang lain. pembatasan sosial membawa dampak ke berbagai sektor dan lini kehidupan. Covid-19 telah menimbulkan *economic shock*, yang mempengaruhi ekonomi perorangan, rumah tangga, perusahaan mikro, kecil, menengah maupun besar, bahkan mempengaruhi ekonomi negara dengan skala cakupan dari lokal, nasional, bahkan global (Taufik & Ayuningtyas, 2020).

Kota Palembang adalah ibukota Provinsi Sumatera Selatan, juga terkena dampak pandemi Covid-19 yang mempengaruhi berbagai sektor ekonomi baik perorangan, rumahtangga, perusahaan mikro, kecil, menengah maupun besar, sehingga pelaku bisnis kuliner yang berada di Kota Palembang beralih menggunakan era digital dalam melakukan pemasaran untuk mempertahankan kelangsungan usaha. Kasus terkonfirmasi positif Covid-19 di Kota Palembang terus bertambah sehingga Pembatasan sosial berskala Besar (PSBB) diberlakukan dikota Palembang guna memutus mata rantai covid-19. Berdasarkan data dari dinas kesehatan Kota Palembang Kasus pada tanggal 17 Februari 2021, Konfirmasi Covid-19 sebanyak 7.464 orang, *Suspek* sebanyak 23.250, *Probable* sebanyak 153, Kontak Erat sebanyak 5.665, Sembuh 6.076, Meninggal sebanyak 322, *Discarded* kasus Suspek 15.057.

Meskipun dampak dari Covid-19 ini sangat dirasakan berbagai sektor industri namun tidak berarti pelaku UMKM harus berhenti dalam menjalankan

usahanya. akan tetapi UMKM masih bisa berupaya tetap menjalankan usahanya melalui sistem *online(e-marketing)* dimana hal ini tidak akan melanggar aturan pemerintah terkait aturan social distancing. Melalui peranan teknologi kegiatan usaha dan pendistribusian barang masih bisa dilakukan. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar usaha UMKM tidak berhenti begitu saja dan pendistribusian barang akan tetap dapat berjalan. Ada Norma baru bagi pelaku bisnis di kala mengahadapi pandemi Covid-19 yang mengharuskan pelaku usaha untuk harus menggunakan teknologi. Hal ini juga nantinya akan berlaku pasca Covid-19 yang mengharuskan pelaku UMKM *recovery*(memulihkan) bahkan untuk beradaptasi dengan norma baru yang mengharuskan bersinggungan dengan teknologi (Abidin et al., 2020).

Saat ini penjualan melalui media sosial*(online)*di masa pandemi Covid-19 telah menjadi *trend* dalam pemasaran digital. Media sosial adalah sebuah media *online,* dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated cont*ent" (Abidin et al., 2020).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengatakan jumlah pengguna internet Indonesia hingga triwulan kedua 2020 mencapai 73,7 persen dari total populasi. Sementara berdasarkan data Badan Pusat Statistik, jumlah populasi Indonesia sekitar 266 juta orang. Kenaikan pengguna internet Indonesia naik 10,12 persen atau sekitar 27,9 juta orang. Jumlah pengguna internet paling besar berada di Jawa Barat, dengan jumlah 35,1 juta. Di urutan kedua ada Jawa Tengah dengan jumlah 26,5 juta orang dan disusul oleh Jawa Timur dengan jumlah 26,3 juta.

Di daratan Sumatra, jumlah pengguna internet terbesar berada di Sumut dengan jumlah 11,7 juta orang, naik dari hanya 10,9 juta di 2018 lalu. Di urutan kedua ada Sumatra Selatan dengan jumlah 6,9 juta pengguna dan disusul Lampung (5,2 juta pengguna), baru Sumatra Barat di urutan empat yang punya 5 juta

pengguna internet. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Wilayah Sumsel mencatat, penetrasi masyarakat pengguna internet di Sumsel baru mencapai 33% atau sekitar 2,6 juta jiwa dari total jumlah penduduk Sumsel(Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2021).

Media sosial merupakan salah satu konten yang paling sering diakses oleh pengguna internet di Indonesia. Berbagai jenis media sosial mendukung perubahan perilaku masyarakat tertutama di masa pandemi Covid-19 melanda. Pandemi Covid-19 membuat semua pekerja terpaksa untuk melakukan segala kepentingan kantornya di rumah saja. Banyak pula yang diberhentikan oleh perusahaan tempatnya bekerja. Sehingga banyak orang memutar otak cara berjualan untuk menyambung hidup. Dari mulai berjualan makanan, pakaian ataupun masker kain yang sangat di butuhkan saat ini. Pandemi ini membuat semua nya serba sulit. Beruntunglah kita hidup di dunia serba maju. Salah satu penolong kita adalah internet. Sehingga, teknologi internet menjadi penolong utama dalam pemasaran produk. Salah satunya ialah dengan kehadiran media sosial.

Media sosial tidak mementingkan kehadiran fisik untuk penjualannya, kini penggunaan media sosial sedang berada di puncaknya baik untuk *networking*, berjualan, perdagangan dan sebagainya. Maka dari itu, kesempatan ini perlu dimanfaatkan secara bijak, baik untuk tujuan personal maupun pelaku bisnis. Hingga saat ini, penggunaan media sosial terus berkembang dan bertambah pesat, terutama semenjak adanya serangan wabah Covid-19 pada awal tahun(Awali, 2020). Dalam struktur ekonomi nasional, sektor informal (termasuk di dalamnya UMKM dan pasar tradisional) menempati porsi penting dan menjadi tumpuan ekonomi rakyat. Resiliensi sektor ekonomi rakyat, menjelaskan tekanan yang dihadapi pelaku ekonomi informal dan UMKM, sekaligus peluang yang terbuka untuk pengembangan sektor ini. Aspek kunci untuk penguatan sektor ekonomi rakyat adalah pengembangan inovasi (termasuk skills dan adaptasi teknologi digital) dan kelembagaan ekonomi (termasuk modal dan akses pasar), (Awali, 2020).

Kota Palembang memiliki potensi wisata kuliner. Bisnis dibidang penjualan makanan adalah salah satu bisnis yang sedang berkembang dengan pesat baik dari skala kecil dan menengah, khususnya untuk makanan tradisional dari berbagai daerah di Indonesia. Kawasan kuliner Kota Palembang berada di Kampung pempek 26 ilir yang terletak di Jalan Mujahidin kawasan 26 Ilir atau tidak jauh dari Kantor Walikota Palembang. Menurut Dinas Pariwisata Kota Palembang (2019) Pempek, Tekwan dan Model merupakan makanan khas kota Palembang yang sudah ada sejak dulu. Makanan yang satu ini sudah menyebar ke berbagai daerah yang ada di nusantara namun mungkin jarang menemukannya kecuali jika berkunjung langsung ke daerah Palembang. Adapun daftar UMKM di kota Palembang pada tahun 2020, dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1 Daftar UMK di Kota Palembang 2019**

| No | Jenis Usaha Kuliner (UKM) | Jumlah UKM | Persentase (%) |
|---|---|---|---|
| 1 | Pempek, Kerupuk dan Kemplang | 206 | 40.00 |
| 2 | Tekwan dan Model | 113 | 25.63 |
| 3 | Aneka Kue | 85 | 16.50 |
| 4 | Gorengan | 53 | 10.29 |
| 5 | Gado-Gado | 31 | 6.02 |
| 6 | Pindang | 8 | 1.55 |
| | **Jumlah** | **607** | **100** |

*Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palembang, 2020.*

Pada tabel 1 yang menunjukkan bahwa terdapat 6 jenis usaha kuliner yang ada di kota Palembang. Jenis usaha Pempek, Kerupuk dan Kemplang merupakan usaha kuliner yang mendominasi di kota Palembang, selanjutnya adalah tekwan yaitu sebesar 25,63 persen, dan usaha terendah yaitu pindang dengan jumlah 1,53 persen. Hal ini menunjukan bahwa Pempek, Kerupuk dan Kemplang memiliki peranan penting dalam usaha kuliner di kota Palembang (Muslimah, 2020). Dari jenis usaha pempek, kerupuk dan kemplang yang berjumlah 206 terdapat 87 usaha kuliner yang menggunakan media sosial dalam melakukan penjualannya. Media

sosial menjadi peranan penting bagi UMKM, terutama masyarakat Kota Palembang gemar menggunakan media sosial dalam beraktivitas. Sehingga usaha kuliner menjadikan media sosial sebagai alat untuk menjual produknya.

Adanya Pembatasan sosial berskala Besar (PSBB) dan *social distancing* sangat berdampak pada bisnis kuliner khususnya pelaku bisnis usaha pempek yang berada di Kampung pempek 26 ilir Kota Palembang (Dinas Kesehatan Kota Palembang, 2021). Adapun daftar pelaku bisnis usaha Pempek di Kampung Pempek 26 Ilir kota Palembang pada tahun 2021, dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

**Tabel 2 Daftar UMK di Kampung Pempek 26 Ilir Tahun 2021**

| No | Nama UKM Pempek | Tahun Berdiri | No | Nama UKM Pempek | Tahun Berdiri |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Pempek Murni | 1993 | 13 | Pempek Nyanyu | 2010 |
| 2 | Pempek Cek Aan | 1997 | 14 | Pempek Mustika | 2012 |
| 3 | Pempek Ria | 1997 | 15 | Pempek Vera | 2013 |
| 4 | Pempek Edy | 1997 | 16 | Pempek Arifin | 2014 |
| 5 | Pempek Hesti | 1997 | 17 | Pempek Cek Ida | 2014 |
| 6 | Pempek Cek Ima | 2000 | 18 | Pempek Linda | 2014 |
| 7 | Pempek Mangcik Alak | 2007 | 19 | Pempek Novi | 2014 |
| 8 | Pempek Lala | 2008 | 20 | Pempek Dayat | 2015 |
| 9 | Pempek Nayla | 2008 | 21 | Pempek Cek Da | 2015 |
| 10 | Pempek Rayhan | 2008 | 22 | Pempek Dhila | 2015 |
| 11 | Pempek Cek Eka | 2010 | 23 | Pempek Arya | 2016 |
| 12 | Pempek Uden | 2010 | | | |

*Sumber: Observasi awal peneliti tahun 2021*

Berdasarkan tabel 2 diatas bahwa terdapat 23 UKM Pempek di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang. Pengusaha pempek yang telah berdiri di kampung pempek 26 Ilir dimulai tahun 1993 hingga tahun 2016. Pandemi Covid-19 yang

melanda, mendorong terjadinya banyak perubahan dan telah melahirkan norma dan praktik baru dalam tatanan sosial, politik, dan ekonomi. Salah satunya perubahan perilaku pelaku bisnis usaha pempek di Palembang, sebelum pendemi Covid-19 melanda pelaku bisnis usaha pempek secara konvensional dalam menjalankan bisnis. Selain itu Pemerintah Kota Palembang telah mengeluarkan kebijakan terbaru sebagai salah satu upaya dalam pengendalian dan pemutusan rantai penularan Covid-19 di Kota Palembang. Kebijakan berupa Surat Edaran Walikota Nomor 25/SE/Dinkes/2021 tentang Perpanjangan PPKM Berbasis Mikro dan Mengoptimalkan Posko Penanganan dan Pengendalian Penyebaran Covid-19 di Tingkat Kelurahan di Kota Palembang Surat edaran tersebut memuat tentang kriteria zonasi pengendalian wilayah hingga tingkat RT, koordinasi, pengawasan dan evaluasi pelaksanaan PPKM Mikro melibatkan seluruh unsur pemerintah dan masyarakat. Kebijakan PPKM Micro menambah masalah baru bagi pelaku bisnis Pempek Di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang. Adapun penurunan jumlah pendapatan pelaku bisnis Pempek dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3 Pendapatan Pelaku Bisnis Pempek di Kampung Pempek 26 Ilir**

| **Sebelum Pandemi Covid 19** | | | **Masa Pandemi Covid 19** | |
|---|---|---|---|---|
| **Kondisi Penjualan_** | **Jumlah Penjualan (Rp/Hari)** | | **Jumlah Penjualan (Rp/Hari)** | |
| | **Terendah** | **Tertinggi** | **Terendah** | **Tertinggi** |
| Sepi | 750.000 | 2.000.000 | 100.000 | 750.000 |
| Normal | 1.250.000 | 3.000.000 | 500.000 | 1.750.000 |
| Ramai | 2.000.000 | 6.000.000 | 800.000 | 2.500.000 |

Dapat diketahui, bahwa dari tabel 3 diatas pada saat pendemi Covid-19 pelaku bisnis pempek di Kampung Pempek 26 Ilir mengalami penurunan pada pendapatan, sebelum pandemi Covid-19 melanda penjualan pelaku bisnis pempek di Kampung Pempek 26 Ilir mengalami stabil. Disaat pandemi Covid-19 pelaku bisnis pempek di Kampung Pempek 26 Ilir melanda mengalami penurunan daya beli masyarakat

Kota Palembang terhadap konsumsi makanan kuliner dikarenakan pemerintah melarang untuk bepergian dan pemerintah juga memberlakukan *social distancing.* Situasi Pandemi Covid-19 ini menjadi salah satu normalitas baru dalam keberlangsungan bisnis usaha secara konvensional. Justru di tengah Pandemi Covid-19 semakin intensifnya mobilitas manusia serta barang dan jasa dalam beberapa dasawarsa terakhir. Normalitas lainnya yang sudah mulai terbentuk adalah pergeseran mekanisme pelayanan publik, aktivitas ekonomi, dan bisnis proses industri, yang kesemuanya mengadopsi teknologi digital. Pandemi juga secara cepat telah melahirkan struktur ketimpangan sosial dan ekonomi baru, di tengah adanya keyakinan akan munculnya peluang-peluang transformasi dan struktur sosial yang lebih setara. Perubahan yang tengah berlangsung sebagai dampak dan respons atas mewabahnya Covid-19. Pandemi Covid-19, secara tegas memaksa pelaku bisnis untuk mencari strategi dalam mempertahankan keberlangusungan usaha. Berbagai kebutuhan untuk melakukan penyesuaian tata kehidupan(Purwanto & Emilia, 2020).

Perubahan-perubahan yang terjadi akibat Covid-19 terlihat di berbagai aspek kehidupan; perilaku individu, respons komunitas, penyelenggaraan bisnis dan ekonomi, tata kelola negara, dan relasi global. Perubahan yang berlangsung dan yang mengarah ke new normal ini merupakan implikasi dari pengaturan selama masa tanggap darurat Covid-19 seperti diberlakukannya *lockdown* dan isolasi level komunitas, social distancing, mekanisme *work from home*, *distance learning*, efisiensi, dan *refocusing* sumber daya, serta penyesuaian lainnya yang kemudian menjadi kebiasaan baru(Purwanto & Emilia, 2020).

Pandemi Covid-19 menghasilkan perubahan perilaku dalam menyesuaikan keadaan dilingkungan masyarakat, seperti penyesuaian kehidupan baru selama masa tanggap darurat Covid-19, tata kelembagaan dan perilaku baru sebagai bagian dari upaya pencegahan dan penanganan dampak Covid-19 dan peluang perubahan dan kesempatan baru yang muncul akibat Covid-19. Perubahan yang terjadi dari sisi ekonomi menunjukkan determinasi kesehatan dalam tata kehidupan dan peradaban manusia. Krisis kesehatan telah memicu lahirnya krisis di sektor

kehidupan lainnya, sekaligus menjadi faktor pemaksa perubahan perilaku bisnis khususnya pelaku bisnis usaha pempek di 26 Ilir Kota Palembang. Krisis kesehatan telah menghasilkan normalitas baru yang merubah tatanan perilaku bisnis usaha pempek secara konvensional menjadi bisnis secara *online*.

Para pelaku bisnis usaha pempek di 26 Ilir Kota Palembang, memanfaatkan ruang digital untuk melakukan promosi kepada pengguna loyal, bahkan menjangkau pengguna baru. Pada saat seperti ini, mayoritas masyarakat cenderung memilih transaksi *cashless* atau pembayaran tanpa uang tunai demi menjaga kesehatan. Perubahan perilaku pelaku bisnis pempek secara konvensional memilih situs atau sosial media untuk menjual produk usahanya dan mempertahankan keberlangsungan usaha disaat pandemi Covid-19. Selanjutnya mereka mengubah transaksi perilaku bisnis secara konvensional menjadi transaksi melalui *online*. Berdasarkan latar belakang inilah peneliti tertarik untuk menganalisis **Perubahan Perilaku Pelaku Bisnis Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Penjual Pempek Di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang)**.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah utama yang akan muncul pada penelitian bagaimana Perubahan Perilaku Pelaku Bisnis Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Penjual Pempek Di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang). Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih maka rumusan masalah tersebut diturunkan menjadi :

1. Bagaimana proses perubahan perilaku pelaku bisnis Pempek Di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang?
2. Bagaimana bentuk perubahan perilaku pelaku bisnis Pempek Di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang?

## 1.3 Tujuan Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Umum

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengetahui dan memahami Perubahan Perilaku Pelaku Bisnis Di Masa Pandemi Covid-19 di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang.

### 1.3.2 Tujuan Khusus

Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui proses perubahan perilaku pelaku bisnis Pempek Di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui bentuk perubahan perilaku pelaku bisnis Pempek Di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa melengkapi khazanah keilmuan serta dapat menjelaskan permasalahan mengenai Perubahan Perilaku Pelaku Bisnis Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Penjual Pempek Di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang) dengan menggunakan perspektif sosiologi yang ada khususnya kajian ilmu bidang sosiologi yaitu interaksi sosial, serta dapat digunakan dalam menambah literatur ilmu sosial berbagai dimensi yang berkaitan dengan studi tentang Perubahan Perilaku Pelaku Bisnis Di Masa Pandemi Covid-19 di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis mengenai Perubahan Perilaku Pelaku Bisnis Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Penjual Pempek Di Kampung Pempek 26 Ilir Kota Palembang), diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, diantaranya:

a. Bagi Pelaku Bisnis

   Penelitian ini menginformasikan fenomena keberlangsungan usaha penjual pempek konvensional yang mengubah cara transaksi secara *online* dalam

mengahadapi masa pandemi Covid-19 di Kampung Pempek 26 Ilir di Kampung pempek 26 Ilir Kota Palembang.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang perubahan perilaku penjual pempek konvensional yang mengubah cara transaksi secara *online* dalam mengahadapi masa pandemi Covid-19 melalui *instagram*.

c. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat mendorong pemerintah untuk mengetahui kondisi pasar yang tidak menentu, harga bahan baku yang relatif tidak stabil, penyesuaian kehidupan baru selama masa tanggap darurat Covid-19, perilaku baru, peluang perubahan dan kesempatan baru yang muncul akibat Covid-19, sehingga perlu untuk memberikan dukungan, bantuan serta solusi bagi keberlangsungan UKM di Kota Palembang.

# DAFTAR PUSTAKA

**Sumber Buku:**


Danis, P. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT. Elex Komputindo.

Hartono, S. R. (2007). *Hukum Ekonomi Indonesia* (Cet II). Malang: Bayumedia Pubishing.

J. Dwi Narwoko & Bagong Suyanto. (2006). Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan, Jakarta: Prenada Media.

Kristiyanti, C. T. S. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.

Martono, Nanang. 2014. Sosiologi Perubahan Sosial. Jakarta: PT Raja Grafindo Press.

Miles dan Huberman. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Moleong, J. L. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mufiddah, A. (2019). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Owner Online Shop By_Kk)*. Universitas Islam Negeri Ponorogo.

Muslimah, S. (2020). *Analisis Profit Usaha Kuliner Tekwan, Model dan Pempek di Kota Palembang*. Indralaya: Universitas Sriwijaya.

Nurlita, R. (2018). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Onlinepada Matakuliah Kewirausahaan*.

Purwanto, E. A., & Emilia, O. (2020). New Normal Sebagai Jalan Tengah?: Kesehatan vs. Ekonomi dan Alternatif Kebijakan Dalam Pandemi COVID-19. In *New Normal: Perubahan Sosial Ekonomi dan Politik Akibat COVID-19*.

Rulli, N. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Soekanto, Soerjono.(2012). Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Rajawali Pers.

Tulus T. H, T. (2009). *UMKM Di Indonesia*. Bogor : Ghaha Indonesia.

Wardani, D. A. K. (2020). . *Strategi Penjualan Online Bagi Pelaku Usaha Pasca Pandemi Covid 19 Berdasarkan Pemetaan Perubahan Perilaku Konsumen*.

Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

West, Richard dan H. Tunner, L. (2013). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (Buku 2). Jakarta: Salemba Humanika.

Yin. Robert K. (2012). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. akarta: Rajagrafindo Persada.

**Sumber Elektronik/Jurnal:**

Awali, H. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *2*(1), 1–14. https://doi.org/10.35905/balanca.v2i1.1342

Azimah, R. N., Khasanah, I. N., Pratama, R., Azizah, Z., Febriantoro, W., & Purnomo, S. R. S. (2020). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Sosial Ekonomi Pedagang Di Pasar Klaten Dan Wonogiri. *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, *9*(1), 59–68. https://doi.org/10.15408/empati.v9i1.16485

Firdaus, S., Fadilah Ilham, I., Putri Aqidah, L., Aliyani Firdaus, S., Agung Dwi Astuti, S., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, *5*(1), 46–62. https://doi.org/10.15642/oje.2020.5.1.46-62

Hanifah, N., & Rahadi, D. R. (2020). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Analysis of Consumer Behavior in Deciding Online Purchase During the Covid-19 Pandemic Time*. *4328*(November), 112–122.

Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, *10*(1), 89–98. https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934

Safitri, I. (2020). *Pengembangan Umkm Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19*. *19804244029*, 1–20.