

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI ERA PANDEMI COVID 19 DI KELURAHAN CAKUNG TIMUR KECAMATAN CAKUNG JAKARTA TIMUR

Marisa Puspita Sary¹, Vera Wijayanti², Maulina Larasati Putri³, Dinda Ayu Firanti⁴

¹Universitas Negeri Jakarta¹; email: marisapuspita@unj.ac.id

²Universitas Negeri Jakarta²; email: verawijayanti@unj.ac.id

³Universitas Negeri Jakarta³; email: maulinalarasati@unj.ac.id

⁴Universitas Negeri Jakarta⁴; email: DindaAyuFiranti_1410619059@mhs.unj.ac.id

Abstract

The COVID-19 pandemic enforces us to take advantage of digital facilities in various activities. Unfortunately, some people are not digitally literate, especially the Community of Women of the Taklim Council in Cakung, East Jakarta. Although they have a smartphone, it's still used very limitedly. In this community service, the participants are trained to use social media and marketing communication strategically. The method used mediation, training, and socialization to the female participants from the Majelis Taklim in East Cakung District, Cakung District, East Jakarta. The participants are expected to develop the use of social media through the utilization of online media. Therefore, the marketing of business goods does not rely on conventional methods. The target to be achieved by this community service is to open insights up about marketing and proper business communication on social media for the development of businesses. They also understand that social media has a lot of functions that can increase economic income. The results achieved from this service are that the community realizes that social media has an important role that can be used as a medium for entrepreneurship or in building a business.

Keywords: Marketing Communication, Social Media, Majelis Taklim

Abstrak

Pandemi Covid 19 menuntut kita untuk memanfaatkan fasilitas digital di berbagai aktivitas. Sayangnya masih banyak masyarakat yang belum melek digital terutama komunitas ibu-ibu Majelis Taklim di Cakung, Jakarta Timur. Meskipun rata-rata sudah memiliki telepon pintar namun penggunaannya masih sangat terbatas. Dalam pelatihan ini para peserta diberikan materi-materi mengenai pemanfaatan media sosial dan strategi komunikasi pemasaran. Metode pengabdian yang dilakukan dengan cara mediasi, pelatihan dan sosialisasi kepada peserta perempuan dari Majelis Taklim di Kecamatan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. Para peserta diharapkan dapat mengembangkan potensi dalam penggunaan media sosial melalui pendayagunaan media-media online sehingga pemasaran barang usaha tidak bertumpu pada metode konvensional. Target yang ingin dicapai oleh tim pengabdian yaitu membuka wawasan mengenai pemasaran dan komunikasi bisnis yang tepat di media sosial bagi pengembangan usaha yang baru saja merintis dan pemahaman mengenai media sosial yang memiliki fungsi lain yang dapat meningkatkan pendapatan ekonomi. Hasil yang dicapai dari pengabdian ini adalah masyarakat menyadari bahwa media sosial memiliki peran yang penting yang dapat dipergunakan sebagai media wirausaha atau dalam membangun bisnis.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Majelis Taklim

PENDAHULUAN

Masa pandemi Covid 19 merupakan kondisi di luar normal yang memiliki dampak besar dalam bidang pendidikan, sosial, ekonomi dan psikologis masyarakat Indonesia. Kehadiran virus ini juga turut meruntuhkan perekonomian Indonesia yang hanya bertahan 0.1% pada tahun 2020 (Nalini, 2021). Badan Pusat Statistik mencatat dampak dari Covid 19 terhadap pendapatan perusahaan baik mikro, kecil, menengah hingga perusahaan besar mengalami penurunan perubahan pendapatan sebanyak 82,85%. Tentunya hal ini memberikan dampak luar biasa bagi

para pekerja maupun pengusaha. Tidak sedikit tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaannya. (Badan Pusat Statistik, 2020a) Akibatnya, angka pengangguran ditengah pandemi Covid 19 meningkat 7,7% dalam skala moderat dan 10,3% dalam skala berat (jalil et al., 2020).

Kehadiran virus Corona yang mudah menular menuntut masyarakat untuk melakukan pencegahan berupa *physical distancing* dan *social distancing* atau yang akrab di kenal dengan jaga jarak, Himbauan ini terus digaungkan pemerintah, sehingga saat masyarakat berinteraksi diwajibkan berjarak minimal satu meter (Yuliarti, 2020). Pemberlakuan jaga jarak yang berkepanjangan memaksa masyarakat untuk memanfaatkan jaringan internet untuk beraktivitas sehari-hari, tidak hanya sebagai wadah berkomunikasi melainkan untuk bekerja, belajar, hingga jual beli akibatnya penggunaan internet disaat pandemi kian meroket, berbagai macam aktivitas masyarakat sangat intens dilakukan melalui jejaring ini. Berbagai fenomena baru pun semakin mudah di temukan dan tersebar luas di berbagai platform media.

Dalam hal ini teknologi komunikasi mengalami perkembangan yang sangat drastis, internet sudah menjadi bagian dari kebutuhan pokok masyarakat mulai dari kalangan bawah, menengah, anak-anak, remaja, orang dewasa hingga kalangan elit saling memberi kesan bahwa dunia tidak ada batas ruang dan waktu. Komunikasi dan informasi dalam waktu singkat dapat diperoleh walaupun dari bagian dunia yang berlokasi jauh dari tempat kita berada (Chandrawati, 2010). Keberadaan internet tentunya menjadi penting bagi kehidupan masyarakat global. Indonesia menjadi salah satu negara yang merasakan perkembangan teknologi informasi yang cukup signifikan hal ini di buktikan dengan tingginya jumlah pada pengguna Internet di Indonesia di tahun 2019 tercatat 89,09% menguasai telepon seluler (Badan Pusat Statistik, 2020b).

Perkembangan teknologi yang semakin maju, memiliki dampak besar pada kemajuan media digital yang digunakan pada saat ini walaupun memiliki bentuk yang bervariasi (Yaumi, 2018). Salah satu kemajuan yang cukup signifikan berdampak pada transaksi bisnis, internet menjadi medium untuk memasarkan sebuah produk barang atau jasa dengan metode baru. Di tengah pandemic Covid 19 yang melanda di Indonesia, tentunya pemasaran yang dilakukan secara *online* sangat menjanjikan baik dalam menjajakan barang atau jasa. Grafik penggunaannya pun semakin meningkat akibat pandemi virus Corona.

Mengingat banyaknya perusahaan mengalami penurunan pendapatan terutama sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), maka perlu dilakukan berbagai *treatment* khususnya untuk sektor UMKM. Pasalnya tidak sedikit UMKM yang gulung tikar di tengah pandemic Covid 19, padahal sektor ini berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), dilansir dari katadata.co.id, kontribusi UMKM mencapai 57,8% terhadap PDB (Jayani, 2020). Walaupun UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi negara, tetapi j terdapat permasalahan utama pada sector ini, Pramiyanti dalam (Niode, 2009) mengungkapkan bahwa permasalahan ini meliputi masalah finansial dan non-finansial. Dalam hal ini, permasalahan non finansial dipandang amat krusial karena meliputi:

- a) Lemahnya pengetahuan teknologi informasi dan komunikasi
- b) Terbatasnya pendidikan serta pelatihan;
- c) Metode pemasaran masih konvensional;
- d) Rendahnya pemahaman manajemen keuangan modern.

UMKM menjadi solusi alternatif dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia, disamping itu pemanfaatan internet dan media sosial menjadi aspek penting dalam mengembangkan usahanya. Media sosial sudah menjadi bagian dari komunikasi pemasaran dan membantu masyarakat dalam memasarkan produknya. Media sosial juga dapat digunakan oleh UMKM untuk memperkenalkan bisnisnya. Media sosial memiliki pengaruh signifikan dalam membantu masyarakat memperoleh informasi tanpa ada batas ruang dan waktu (Arum Wahyuni, 2017).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bekerjasama dengan dua mitra, yaitu DKM Masjid Al Hijrah Pulogebang dan Majelis Ta'lim Kaum Ibu Baitul Makmur Perumnas Klender. Berdasarkan hasil wawancara kepada mitra, dalam hal ini didapatkan beberapa permasalahan yang dihadapi yaitu: aktivitas DKM Masjid Al Hijrah Pulogebang dan Majelis Ta'lim Kaum Ibu Baitul Makmur terkendala pandemi sehingga kegiatan rutin terpaksa terhenti.

Oleh karena itu, pengabdian ini digagas untuk membuka wawasan masyarakat khususnya kaum ibu mengenai pemanfaatan media digital di era Pandemi Covid 19 mengenai pemasaran dan komunikasi bisnis yang tepat di media sosial bagi pengembangan usaha yang baru saja merintis. Selain itu, untuk menemukan solusi dakwah di media sosial sehingga tak terkendala dalam menjalankan kegiatan keagamaan di masa pandemi.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan cara mediasi, pelatihan dan sosialisasi. Kegiatan berlangsung selama satu hari. Adapun langkah-langkahnya adalah:

1. Identifikasi Masalah

Kegiatan di mulai dengan mengetahui permasalahan di masyarakat kemudian masing - masing narasumber (tim pengabdian) membuat materi kemudian direkam melalui video dan disajikan dalam bentuk power point sesuai topik yang akan dibahas. Hasil rekaman tersebut ditayangkan pada hari pelaksanaan pengabdian.

2. Pemberian Materi

Kegiatan dilakukan dengan pemberian materi - materi yang telah disiapkan sebelum di laksanakan nya pengabdian ini. Materi yang disampaikan diantaranya mengenai pemanfaatan media sosial *Facebook* sebagai media komunikasi dakwah di masa pandemi, penggunaan media sosial *Instagram* dan *Youtube* sebagai media untuk pemasaran. Dalam proses pelatihan dan pemberian materi tentu nya pemateri menyelingi dengan beberapa demonstrasi dan dikusi secara langsung dengan para peserta.

Sasaran

Sasaran dari pengabdian ini adalah ibu rumah tangga yang tinggal di perkotaan dengan status sosial menengah ke bawah dengan rentang usia berkisar 30 hingga 50 tahun. total peserta yang berjumlah 18 orang.

Peserta kegiatan pertama yaitu warga sekitar masjid Al Hijrah Pulogebang yang secara sosial ekonomi menengah kebawah. Meskipun warga sekitar pendidikanya minim akan tetapi selalu antusias menghadiri pelatihan untuk menambah wawasan.

Peserta kegiatan kedua yaitu Majelis Ta'lim Kaum Ibu Baitul Makmur Perumnas Klender. Peserta kegiatan PKM adalah ibu rumah tangga yang berusia antara 30 hingga 50 tahun. Mereka membutuhkan pengetahuan penggunaan sosial media untuk berinteraksi selama pandemi dan juga beberapa dari peserta menjalankan usaha kuliner untuk menambah pemasukan ekonomi keluarga.

Lokasi

Lokasi pengabdian ini berada di Majelis Taklim Kaum Ibu Baitul Makmur, Perumnas Klender di wilayah Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur.

Rancangan Evaluasi

Dalam rangkaian proses pelatihan diiringi dengan mediasi, sosialisasi, diskusi dan tanya jawab dengan para peserta. Materi kegiatan meliputi:

- a. Edukasi kelompok mengenai pentingnya literasi digital
- b. Pemanfaatan *Facebook*, *Instagram* sebagai media komunikasi. media pemasaran serta penyebaran informasi dan dakwah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara garis besar, pengabdian ini merupakan kolaborasi dari tim dosen Ilmu Komunikasi dan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Pencapaian dari pengabdian ini ialah terselenggaranya kegiatan pelatihan kepada perempuan majlis taklim yang berada di Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. Terdapat 18 peserta terdiri dari berbagai kalangan masyarakat mulai dari ibu rumah tangga, pedagang dan lainnya.

Pelatihan ini dilaksanakan pada Senin 31 Mei 2021 dan mengabdikan durasi selama 4,5 jam. Kegiatan kami diterima dengan cukup baik oleh para peserta dan mereka sangat antusias mengikuti pelatihan ini hingga akhir. Adapun rangkaian acara sebagai berikut:

1. Pembukaan
 - a. Pidato pembuka yang disampaikan oleh Wirarti Anindhita M, Sc., CPR selaku Tim Pengabdian dari Universitas Negeri Jakarta.
 - b. Sambutan penerimaan oleh Ketua Majelis Taklim atas kehadiran dari tim Pengabdian Masyarakat dan mengucapkan terima kasih atas terselenggaranya kegiatan Pengabdian Masyarakat di Kelurahan beliau yaitu Cakung Timur.
2. Penyampaian Materi
Pemaparan materi disampaikan oleh tim dosen Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta

Respon dari para peserta yang sangat antusias mendapatkan informasi dan pemahaman mengenai perkembangan teknologi dan manfaat media sosial yang memiliki berbagai kegunaan. Tentunya dengan hal ini para peserta dapat membangun UMKM atau usaha dan memperluas pangsa pasar mereka.

Materi Kegiatan

Tabel 1. Jadwal dan Materi Kegiatan

Sesi 1 Analisis Lapangan dan Sosialisasi



Gambar 1. Analisis Lapangan dan Sosialisasi

<p>Aktifitas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Perkenalan tim pengabdian dan perkenalan dari pihak majelis taklim - Analisis lapangan secara langsung untuk mengukur pemahaman meleak digital. <p>Mayoritas peserta memahami manfaat sosial media hanya sebagai galeri online saja. Pandemi Covid 19 berimbas pada pendapatan keluarga akan tetapi banyak sekali ibu-ibu dari majelis taklim yang terampil dan piawaia dalam memasak dan berdagang meskipun pangsa pasarnya hanya orang-orang di sekitar lingkungan saja. Mereka berniat untuk menjajakan dagangannya kepada masyarakat di luar pemukiman mereka.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tim pengabdian masyarakat berupaya melakukan sosialisasi tentang manfaat media sosial. - Para peserta diberikan pemaparan yang komprehensif bahwa media ini tidak hanya untuk sebagai wadah berinteraksi saja melainkan dapat digunakan untuk memasarkan produk dan berbagi informasi kepada seluruh pengguna media sosial tanpa ada batasan ruang dan waktu.
<p>Tujuan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Agar ibu-ibu dan pemudi yang tergabung dalam Majelis Taklim Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur menyadari bahwa media sosial memiliki peranan yang sangat penting dan kompleks.
<p>Pelaksanaan dilakukan dengan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - - Offline (Pertemuan di lokasi)

Sesi 2 Penyampaian Materi Media Sosial



Gambar 2. Momen penyampaian materi oleh Tim Pengabdian

<p>Aktifitas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Presentasi mengenai pengabdian kepada masyarakat pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran di masa pandemi <p>Peserta dari majelis taklim kurang memahami cara menggunakan akun media sosial selain untuk interaksi dengan kerabat atau sanak keluarga. Mayoritas dari peserta hanya menggunakan media sosial whatsapp dan facebook, sedangkan untuk Instagram masih sedikit yang menggunakan.</p> <p>Dengan upaya yang serius, tim PKM memberikan pelatihan mengenai pentingnya teknologi dalam mengembangkan penjualan yang dilakukan oleh masyarakat terutama para Ibu Rumah Tangga Majelis Taklim Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur ini. Respon positif dari para peserta bermunculan, karena hal tersebut menjadi pengetahuan baru bagi para peserta dan mulai memahami bahwa terdapat media sosial lain yang dapat membantu transaksi jual beli.</p>
------------------	--

	<p>Saat pelatihan dan penyampaian materi berlangsung, salah satu peserta mengajukan pertanyaan terkait pendapatan yang dihasilkan dari <i>Youtube</i>. Ibu rumah tangga tersebut mengetahui dari suaminya bahwa penghasilan dari <i>Youtube</i> amat sangat besar namun bagaimana cara menghasilkan uang dari media sosial tersebut?</p> <p>Tim PKM yang diwakili oleh Wirarti Anindhita M.Sc. memberikan penjelasan mengenai pendapatan penghasilan dari <i>Youtube</i> bergantung pada jumlah minimum pengikut dan jumlah penonton dalam satu konten yang di unggah. Tim PKM mengadvokasi bahwa tidak ada salahnya untuk mencoba mempublikasikan tutorial cara memasak atau membuat jajanan tradisional yang biasa dilakukan oleh masyarakat sekitar atau kebiasaan yang dilakukan oleh ibu rumah tangga dari majelis taklim Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Selatan.</p> <p>Tim PKM menjelaskan untuk selalu <i>posting</i> hal-hal positif yang dapat membantu masyarakat, seperti aktifitas sehari-hari atau hobi yang biasa dilakukan ibu-ibu daerah tersebut. Tim pengabdian juga menjelaskan bahwa untuk menggunakan kata – kata yang menarik pada judul konten yang akan di posting karena hal ini tentu nya akan menarik audience untuk melihat konten yang di miliki.</p>
Tujuan	<ul style="list-style-type: none"> - Dengan adanya proses penyampaian dan penyadaran para peserta yang mayoritas di hadiri oleh perempuan diharapkan terstimulus untuk menggunakan media sosial sebagai media promosi penjualan dari produknya.
Pelaksanaan dilakukan dengan	<ul style="list-style-type: none"> - Offline (Pertemuan di lokasi)

Sesi 3 (Nama Materi)



Gambar 1. Pertemuan pertama

Aktifitas	<ul style="list-style-type: none"> - Sharing Session atau tanya jawab antara tim pengabdian dan peserta majelis taklim di Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur <p>Berdasarkan hasil wawancara, tim PKM menemukan minimnya pengetahuan mengenai pemanfaatan teknologi komunikasi digital terlebih media sosial yang dapat memudahkan informasi dan kegiatan dakwah. Sebagian besar dari anggota komunitas belum paham tentang akun media sosial baik Facebook, Instagram, Youtube, dan lainnya dapat digunakan sebagai media komunikasi pemasaran maupun dakwah.</p>
Tujuan	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan pengenalan peralatan yang digunakan dalam pelaksanaan program pengabdian ini serta contoh karya yang akan dijadikan acuan dalam pelaksanaan dakwah.
Pelaksanaan dilakukan dengan	<ul style="list-style-type: none"> - Offline (Pertemuan di lokasi)

Evaluasi Kegiatan

Tabel 2. Evaluasi Kegiatan

Pertemuan/Materi	Kesulitan yang dihadapi	Indikator Kesuksesan	Keterangan
<p><i>Analisis Lapangan dan Sosialisasi</i></p> <p><i>Metode: Sosialisasi</i></p>	<p>- Kekurangan saat pelaksanaan pengabdian terjadi adalah fasilitas seperti microphone yang kurang memadai, kemudian tempat atau titik temu warga yang kurang memadai.</p>	80 %	<p>Seni ini baru dihadiri 70% dari total peserta yang diundang. Tingkat Pendidikan peserta memang sangat rendah tetapi masyarakat sangat antusias mengikuti pelatihan untuk menambah wawasan guna mendapatkan pengetahuan baru.</p>
<p><i>Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran</i></p> <p><i>Metode: Diskusi dan Presentasi</i></p>	<p>- Mayoritas penggunaan media sosial hanya di lakukan sebagai aktifitas pribadi saja, realita nya bahwa media sosial memiliki pengaruh dan dampak yang dapat berguna salah satu nya sebagai media promosi penjualan dan pengenalan barang yang di jual.</p>	80 %	<p>Sesi ini sudah dihadiri 80% peserta. Meski demikian, pelaksanaan dalam tahapan ini telah menambah pengetahuan kepada masyarakat dalam mempromosikan barang di media sosial. Dengan demikian pangsa pasar mereka Ibu Rumah Tangga peserta Majelis Taklim ini tidak hanya teman dan lingkungan sekitar saja tetapi juga bisa dari masyarakat luar Kelurahan Cakung Timur, Jakarta Timur</p>
<p><i>Sharing Session</i></p> <p><i>Metode: Diskusi dan Tanya Jawab</i></p>	<p>- Peserta belum terlalu paham mengenai kekurangan dan karakteristik yang berbeda dari masing – masing media sosial tentu nya hal ini perlu di berikan pengarahan supaya dalam penggunaan media sosial dapat maksimal dan memberikan dampak positif bagi masyarakat.</p>	80 %	<p>Masyarakat antusias dengan tanya jawab dengan pemateri</p>

KESIMPULAN

Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Jakarta di Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur terkait Pemanfaatan Media Digital di Era Pandemi Covid 19 selain membuka wawasan mengenai pemasaran dan komunikasi bisnis yang tepat melalui media sosial bagi pengembangan usaha yang baru saja merintis sangat bermanfaat. Hal ini dibuktikan dengan antusiasme masyarakat terutama ibu-ibu dari Majelis Taklim yang hadir unu meningkatkan wawasan, pengetahuan dan *skill* baru mengenai pemanfaatan fitur-fitur media sosial yang akan digunakan dalam merintis usaha atau mengembangkan usaha yang sudah di miliki.

Tentunya pemahaman serta pengembangan pada media sosial dan komunikasi pemasaran menjadi hal utama yang perlu di pahami dan dimiliki oleh para pemula usaha dalam membangun UMKM atau usaha perintis sebagai awal modal usaha non finansial. Dengan demikian taraf perekonomian masyarakat sekitar perlahan-lahan akan meningkat. Baik ibu-ibu maupun pemudi di Majelis Taklim Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta

Timur ini perlu mengubah strategi penjualan dari gaya lama ke gaya baru yang lebih menggunakan inovasi dari teknologi informasi dan komunikasi.

Dengan demikian, perlu digencarkan pelatihan penguasaan mengenai aplikasi maupun media lain berupa pelatihan singkat maupun jangka panjang disetiap kesempatan dan memanfaatkan melalui berbagai pendekatan. Hal ini tentunya akan meningkatkan dan memperluas UMKM di Indonesia.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini juga berguna untuk para pengurus DKM Masjid Al Hijrah Pulogebang dengan memanfaatkan fitur-fitur dalam akun *Facebook* sebagai media komunikasi dakwah sehingga menjadi solusi agar tak terkendala dalam menjalankan kegiatan keagamaan/dakwah di masa pandemi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses pengabdian ini, dan pihak yang telah membantu dan menghadiri pengabdian ini Ibu Majelis Taklim di Kecamatan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. Selain itu penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada Dekanat dan Wakil Dekanat Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta, Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Ibu Dr. Dini Safitri S.Sos M.Si., CPR., Jajaran dosen Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta dengan judul pengabdian “Pemanfaatan Media Digital Di Era Pandemi Covid 19 Di Kelurahan Cakung Timur Kecamatan Cakung Jakarta Timur” dapat terselesaikan dengan baik.

REFERENSI

- Arum Wahyuni, P. (2017). Vol. 12, No. 2, Oktober 2017. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Badan Pusat Statistik. (2020a). Analisis Hasil Survei Dampak Covid 19 Terhadap Pelaku Usaha. In *Analisis Hasil Survei Dampak COVID-19 terhadap Pelaku usaha*. BPS RI.
- Badan Pusat Statistik. (2020b). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2019* (E. Sari, S. Utoyo, & L. Anggraini (eds.)). Badan Pusat Statistik.
- jalil, abdul, M, fahri, & kasnelly, sri. (2020). *Meningkatnya Angka Pengangguran Di Tengah Pandemi (Covid-19)*. 2(pengangguran akibat covid 19), 45–60.
- Jayani, D. H. (2020). Berapa Sumbangan UMKM Terhadap Perekonomian Indonesia? *Databoks*, 1. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/20/berapa-sumbangan-umkm-terhadap-perekonomian-indonesia>
- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662–669. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.278>
- Niode, I. Y. (2009). SEKTOR UMKM DI INDONESIA: Profil, Masalah, Dan Strategi Pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1), 1–10.
- Yaumi, M. (2018). *Media & teknologi pembelajaran* (S. F. S. Sirate (ed.); 1st ed.).
- Yuliarti, M. S. (2020). Interaksi Sosial dalam Masa Krisis : Berkomunikasi Online Selama Pandemi COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Problematika Sosial Pandemi Covid-19*, 15–20. <https://ojs.literacyinstitute.org/index.php/prosiding-covid19>