

**SKRIPSI**

**STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG PASAR  
TRADISIONAL DI MASA PANDEMI COVID-19  
MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(STUDI PADA PASAR TRADISIONAL RUKOH  
DI KOTA BANDA ACEH )**



**Disusun Oleh:**

**PUTRI IKLIMA  
NIM. 190602109**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2023 M/1444 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Putri Iklima

NIM : 190602109

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya :

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan Mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin Pemiliknya.*
4. *Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 29 Mei 2023

Yang Menyatakan



Putri Iklima

## PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

### Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional Di Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tradisional Rukoh Di Kota Banda Aceh)

Disusun Oleh:

Putri Iklima  
NIM: 190602109

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada  
Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 197103172008012007

Pembimbing II,

Dara Amanatillah, M.Sc.Fin  
NIDN. 2022028705

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ekonomi Syariah,

Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 197103172008012007

## PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

### Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional Di Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tradisional Rukoh Di Kota Banda Aceh)

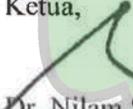
Putri Iklima  
NIM: 190602109

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Ekonomi  
Syariah

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 14 Juli 2023 M  
25 Dzulqa'dah 1444 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

  
Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 197103172008012007

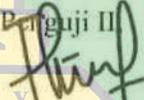
Sekretaris,

  
Dara Amanatillah, M.Sc.Fin  
NIDN. 2022028705

Penguji I

  
Dr. Muhammad Zulhilmi, S.Ag., M.A.  
NIP. 197204282005011003

Penguji II

  
Junia Farma, M.Ag.  
NIP. 199206142019032039

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

  
  
Dr. Hafas Furgani, M.Ec.  
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN  
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922  
Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Putri Iklima  
NIM : 190602109  
Fakultas/Program/Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
E-mail : 190602109@student.ar-raniry.ac.id

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti, Non-Eklusif (*Non-exclusive Royalty-Frees Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  ...

yang berjudul:

**Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional di Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tradisional Rukoh di Kota Banda Aceh)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak beban Royalti Non-Eklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. **A N I R Y**  
Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 29 Mei 2023

Mengetahui,

Penulis,

Putri Iklima

NIM. 190602109

Pembimbing I,

Dr. Nilam Sari, M.Ag

NIP:197103172008012007

Pembimbing II,

Dara Amanatillah, M.Sc.Finn

NIDN.2022028705

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain).”

### QS. Al- Insyirah: 6 -7

Alhamdulillahirabbil'alam, sujud syukur hamba persembahkan kepada-Mu ya Allah. Tuhan yang Maha Agung, Maha Tinggi, Maha Adil dan Maha Penyang. Atas takdir-Mulah yang telah menjadikan hamba manusia yang senantiasa berfikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Dengan rasa bangga bercampur bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya atas izin dan karunia-Nya lah maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tidak terhingga kepada Tuhan penguasa langit dan bumi yang telah meridhoi dan mengabulkan segala do'a.

Saya persembahkan skripsi ini kepada dua orang hebat dalam hidup saya, Ayahanda (Syafuruddin) dan Ibunda (Ellyati). Keduanyalah yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap di mana skripsi ini akhirnya selesai. Saya berterima kasih setinggi-tingginya kepada orang tua tercinta atas doa, nasihat, dukungan, dan cinta kasih yang tidak pernah berhenti diberikan. Terima kasih atas pengorbanan, kerja keras, dan waktu yang telah diberikan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memudahkan jalan menuju kebahagiaan dunia dan akhirat. Aku sangat beruntung memiliki ayah dan ibu yang senantiasa menemani langkahku di jalan hidupku. Cinta kasih untuk ayah tercinta dan ibunda tersayang.

## KATA PENGANTAR



Assalamualaikum.wr.wb

Puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas rahmat, taufik, dan hidayat-Nya. Shalawat beserta salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah Saw. beserta keluarga dan ahli sahabat beliau yang telah mengajarkan umat manusia untuk menuju agama yang benar yakni agama Islam, serta telah membawa perubahan dari alam kebodohan ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional di Masa Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tradisional Rukoh)”.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan serta dorongan dari beberapa pihak, maka penulisan skripsi ini tidak akan selesai. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan hingga skripsi ini selesai dengan baik, khususnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Ayumiati, SE., M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah, yang selalu

mendukung serta memberikan semangat dalam bidang akademik dan spiritual.

3. Hafizh Maulana, SP., S., HI., ME selaku ketua laboratorium dan Bapak Mursalmina, ME selaku sekretaris laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku pembimbing I dan Dara Amanatillah, M.Sc.Fin selaku pembimbing II yang tidak bosan-bosannya memberi arahan dan nasehat bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Muhammad Zulhilmi, S.Ag., MA dan ibu Junia Farma, M.Ag. selaku penguji I dan penguji II yang telah banyak memberi pemikiran serta pengarahan baik berupa saran maupun arahan untuk perbaikan.
6. Azimah Dianah, SE.,M. Si.,AK selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Ekonomi Syariah.
7. Seluruh staf dan dosen-dosen yang mengajar pada Program Studi Ekonomi Syariah selama proses belajar mengajar.
8. Teristimewa kepada kedua orang tua yang saya sayangi Ayahda Syafruddin dan Ibunda Ellyati yang selalu memberikan cinta, kasih sayang, pengorbanan, didikan, dukungan moral, finansial, motivasi dan doa yang tiada hentinya agar penulis memperoleh yang terbaik, serta semua yang telah diberikan selama ini yang tidak ternilai harganya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Ekonomi Syariah.

9. Sahabat-sahabat tersayang khususnya Nurmela Fauzah, Fara Hidayanti, Raihan, Cut Trisna Farida, Azkia Putri Maulida, Sherli Putri, Reza Mahendra, dan Muhammad Rizki yang selalu memberi masukan dan semangat, membantu dan memberi dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan yaitu mahasiswa S1 Ekonomi Syariah atas segala dukungan yang pernah diberikan agar penulis bisa dengan cepat menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada seluruh pihak-pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan, arahan dan kerja sama demi kelancaran penulisan skripsi ini.

Terimakasih yang tidak terhingga kepada nama-nama yang telah disebutkan diatas. Penulis menyadari skripsi ini terdapat kekurangan-kekurangan, dan jauh dari kata sempurna, hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat berharap kritik dan saran dari pembaca untuk kemajuan skripsi ini dan dapat diambil manfaatnya.

Banda Aceh, 10 April 2023

Penulis,

Putri Iklima

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Materi P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor:0543b/u/1987

### 1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Š	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

### 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

#### a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara hakikat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

*Kaifa* : كَيْفَ

*Haula* : هَوْلٌ

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ā
وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Ī
يُ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

*qala:* قَالَ  
*rama:* رَمَى  
*qila:* قِيلَ  
*yaqulu:* يَقُولُ

#### 4. Ta Marbutah (ة)

Trasliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

- a. Ta *Marbutah* (ة) hidup  
Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.
- b. Ta *marbutah* (ة) mati  
Ta *marbutah* (ة) yang mati atas mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

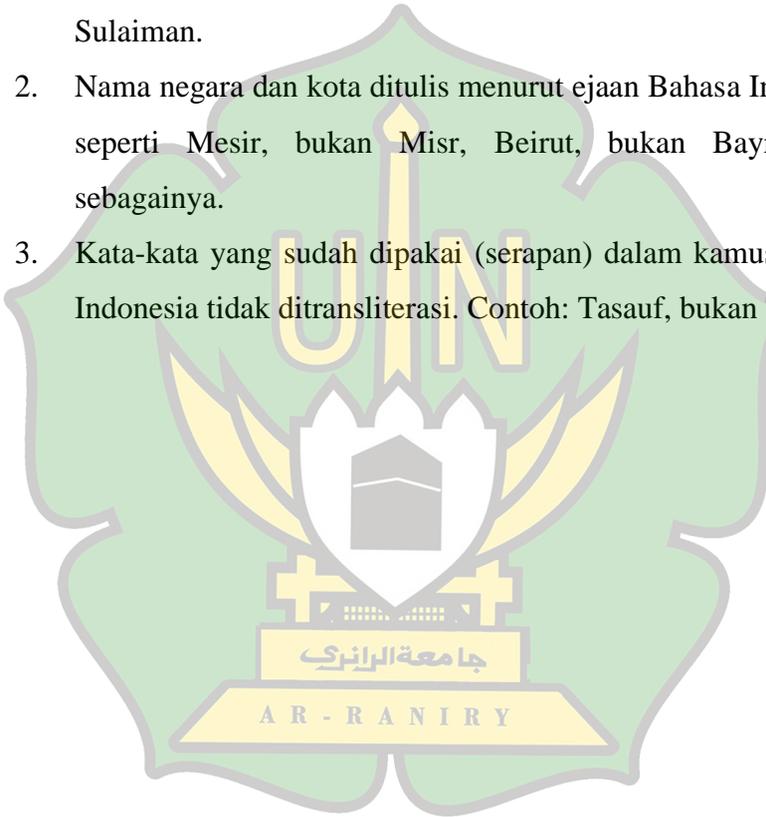
Contoh:

*raudah al-atfal/raudatul atfal* : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ  
*al-madinah al-munawwarah/* : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ  
*al-madinatul munawwarah*  
*talhah* : طَلْحَةُ

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi. Seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf



## ABSTRAK

Nama : Putri Iklima  
NIM : 190602109  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional di Masa Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomis Islam ( Studi Pada Pasar Tradisional Rukoh di Kota Banda Aceh)  
Pembimbing I : Dr. Nilam Sari, M.Ag  
Pembimbing II : Dara Amanatillah, M.Sc.Fin

Pasar Rukoh merupakan pasar yang terletak di kota Banda Aceh. Pasar Rukoh selalu ramai setiap harinya oleh pembeli, namun karena kondisi pandemi Covid-19 saat itu berdampak pada kegiatan ekonomi di pasar Rukoh. Pembeli mayoritas berkurang karena takut tertular virus Covid-19. Hal ini berakibat pada menurunnya jumlah pendapatan para pedagang. Untuk itu agar bias bertahan di masa pandemi Covid-19, para pedagang melakukan strategi bertahan agar bias tetap menghasilkan pendapatan. Tujuan kegiatan penelitian ini untuk mengetahui strategi pedagang pasar Rukoh untuk bertahan di masa pandemic Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan deskriptif, pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga jenis strategi bertahan yang telah dilakukan, yaitu: 1) Strategi aktif, dengan meningkatkan kualitas barang dan pelayanan, adanya bantuan keluarga dalam bekerja, 2) Strategi Pasif, yaitu dengan mengurangi persediaan barang dagangan, mengurangi jumlah karyawan, dan melakukan sistem antar gratis, 3) Strategi jaringan, dengan menjalin hubungan baik dengan pembeli, memanfaatkan jejaring sosial untuk berjualan dan berkerjasama dengan ojek online. Adapun strategi bertahan menurut perspektif ekonomi Islam yaitu: bersifat jujur dalam menjelaskan barang dan mempromosikan barang, bersifat adil dalam penetapan harga, dan memanfaatkan media sosial seperti *WhatsApp* sebagai tempat mereka berjualan sehingga dapat membantu pembeli untuk berbelanja di masa pandemi Covid-19.

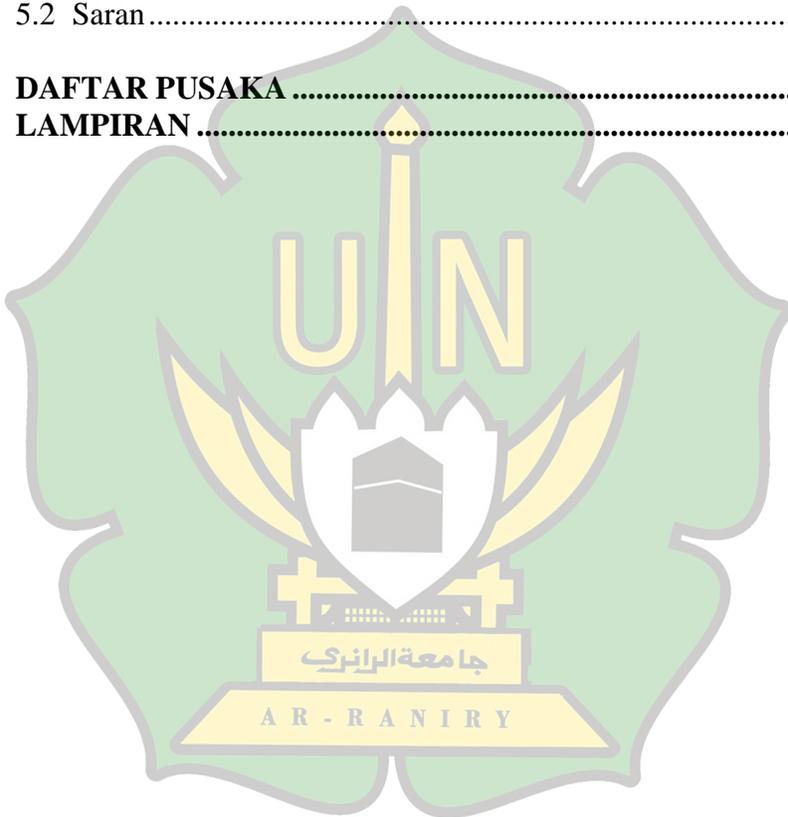
***Kata kunci: Pedagang, Strategi Bertahan, Pasar Tradisional, Pandemi Covid-19***

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Masalah .....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Pembahasan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>10</b>
2.1 Teori Pasar.....	10
2.1.1 Pasar Menurut Ekonomi Islam.....	12
2.1.2 Pasar Tradisional dan Ciri-cirinya.....	15
2.1.3 Fungsi Pasar .....	16
2.1.4 Struktur Pasar .....	18
2.2 Pedagang.....	21
2.3. Covid-19 Dan Dampak Pandemi Covid-19.....	27
2.3.1 Corona Virus Disease 2019 ( Covid-19 ) .....	27
2.3.2 Dampak Pandemi COVID-19 .....	28
2.4 Strategi Bertahan .....	32
2.4.1 Pengertian Strategi .....	32
2.4.2 Konsep Strategi Bertahan.....	34
2.4.3 Jenis Strategi Bertahan.....	36

2.4.4 Strategi Bertahan Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	38
2.5. Penelitian Terdahulu.....	40
2.6. Kerangka Pemikiran .....	49
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>52</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	52
3.1.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	52
3.2 Subjek Dan Objek Penelitian.....	53
3.2.1 Subjek Penelitian.....	53
3.2.2 Objek Penelitian .....	53
3.3 Sumber Data .....	54
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.4.1 Observasi (Pengamatan) .....	55
3.4.2 Wawancara.....	56
3.4.3 Dokumentasi .....	56
3.5 Metode Analisa Data .....	57
3.5.1 Reduksi Data .....	58
3.5.3 Kesimpulan atau Verifikasi.....	59
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	60
4.1.1 Gambaran Pasar Tradisional Rukoh .....	60
4.1.2 Struktur Organisasi .....	63
4.2 Visi dan Misi .....	63
4.2.1 Arah kebijakan .....	64
4.2.2 Tujuan .....	64
4.3 Deskripsi Informan.....	66
4.3.1 Karakteristik Informan .....	66
4.4 Deskripsi Hasil Penelitian .....	68
4.4.1 Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pedagang di Pasar Tradisional Rukoh .....	68
4.4.2 Strategi bertahan pedagang pasar tradisional Rukoh di masa pandemi Covid-19.....	73
4.4.3 Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional Rukoh di Masa Pandemi COVID-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam.....	87

4.4.4 Strategi Bertahan dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	87
4.4.5 Prinsip-Prinsip Yang di Terapkan Dalam Strategi Bertahan Menurut Ekonomi Islam.....	91
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>94</b>
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	95
<b>DAFTAR PUSAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>101</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Jumlah Pedagang Pasar Rukoh.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terkait .....	44
Tabel 3.1 Daftar pedagang di pasar tradisional Rukoh .....	53
Tabel 4.1 Karakteristik Informan .....	66
Tabel 4.2 Tingkat Pendidikan Terakhir .....	67
Tabel 4.3 Perbandingan pendapatan pedagang sebelum dan di masa pandemi Covid-19 .....	72



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	4 Sektor Ekonomi Yang Melemah Akibat Pandemi.....	3
Gambar 1.2	6 Sektor Usaha Paling Terdampak Saat Pandemi Corona .....	4
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Pasar Tradisional Rukoh .....	63



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan Wawancara Pedagog ..... 101	101
Lampiran 2 Panduan Wawancara Pembeli..... 103	103
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara ..... 146	146



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2020 dunia dihebohkan dengan munculnya Virus yang dapat menyebar dengan cepat melalui udara, virus ini dikenal dengan sebutan Coronavirus. Coronavirus merupakan virus yang serupa dengan *common cold* atau flu yang dapat menyebabkan penyakit ringan hingga serius. Virus Corona diidentifikasi berasal dari kota Wuhan di China pada bulan Desember 2019. Virus tersebut memiliki nama ilmiah Covid-19. Virus Corona sendiri merupakan virus yang sangat berbahaya. Virus ini dapat menginveksi hewan, seperti kucing dan anjing, tetapi ada juga jenis virus corona yang menular ke manusia, seperti yang terjadi pada Covid-19. Covid-19 merupakan penyakit baru, jadi manusia belum punya kekebalan tubuh terhadap virus SARS-Cov-2. Saat vaksin Covid sudah mulai ditemukan dan sedang dikembangkan oleh para ahli, vaksin di Indonesia ada beberapa macam, yaitu Sinovac, AstraZeneca, dan Sinopharm. Meskipun vaksin sudah ditemukan dan beberapa masyarakat sudah melakukan vaksin namun dampak dari Covid-19 ini masih sangat terasa. Meskipun dengan adanya penemuan vaksin tersebut sudah mulai dapat mengurangi bahaya dari covid, namun virus covid juga dapat berevolusi menjadi lebih kuat, sehingga masyarakat juga harus siap siaga dan tidak boleh

menganggap virus Covid ini sudah dapat dilawan dengan vaksin yang ditemukan tersebut (Irfanudin A. M., 2020)

Pandemi Covid-19 ini memberikan dampak begitu besar di dunia. Penerapan status penguncian daerah (*Lockdown*) menghentikan aktivitas masyarakat yang dibatasi dengan kebijakan *social distancing* dari pemerintah membuat roda perekonomian masyarakat termasuk pasar mengalami penurunan akibat turunnya pendapatan masyarakat, baik dari lembaga pemerintahan, perusahaan swasta, wirausaha, transportasi, pariwisata, pendidikan, dan banyak lagi sektor lain yang terkena imbas akibat dari penerapan ini.

Menurut (Komara, 2020) mengemukakan bahwa sulit untuk menentukan kalau suatu sektor dikatakan merupakan sektor yang paling berat terdampak Covid-19. Hal ini dikarenakan pandemi Covid-19 hampir memberikan dampak pada semua sektor. Penerapan status penguncian daerah (*Lockdown*) memberikan status “dirumahkan” terhadap karyawan-karyawan yang bekerja, bahkan sampai ke status pemberhentian karyawan (PHK).

Alasan utama dari masalah perekonomian yang diakibatkan Covid-19 ini adalah adanya lonjakan harga barang yang signifikan dalam pasar, yang memang menjadi kebutuhan masyarakat.

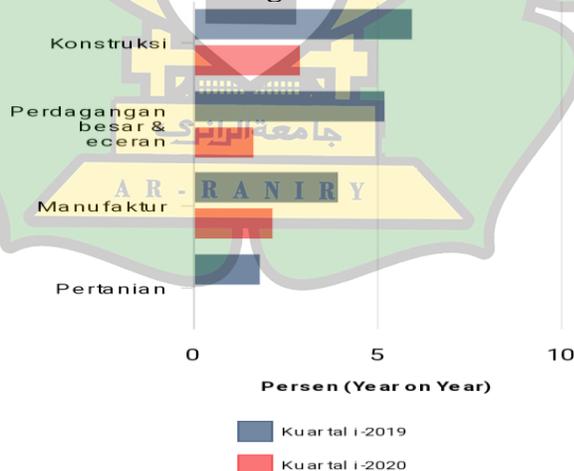
Menurut (Honoatubun, 2020), akibat mewabahnya virus corona banyak pasar harus ditutup dan pedagang menjadi tidak bisa berjualan. Hal ini mengakibatkan pedagang tidak mempunyai

penghasilan tetap dan sulit untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu akibat dari Covid-1

9 tidak mempunyai penghasilan tetap dan sulit untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dikarenakan pemasaran produk mereka menjadi sedikit terhambat karena pasar yang mulai ditutup (*Lockdown*).

Pandemi Covid-19 menyebabkan menurunnya perekonomian pada sejumlah sektor di Indonesia. Ada empat sektor terbesar dalam perekonomian Indonesia yang mengalami pelemahan cukup dalam. Perekonomian sektor perdagangan besar dan eceran tumbuh melambat menjadi 1,6%. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PDBB) dan imbauan jaga jarak menurunkan aktivitas perdagangan ritel.

**Gambar 1.1**  
**4 Sektor Ekonomi Yang Melemah Akibat Pandemi**



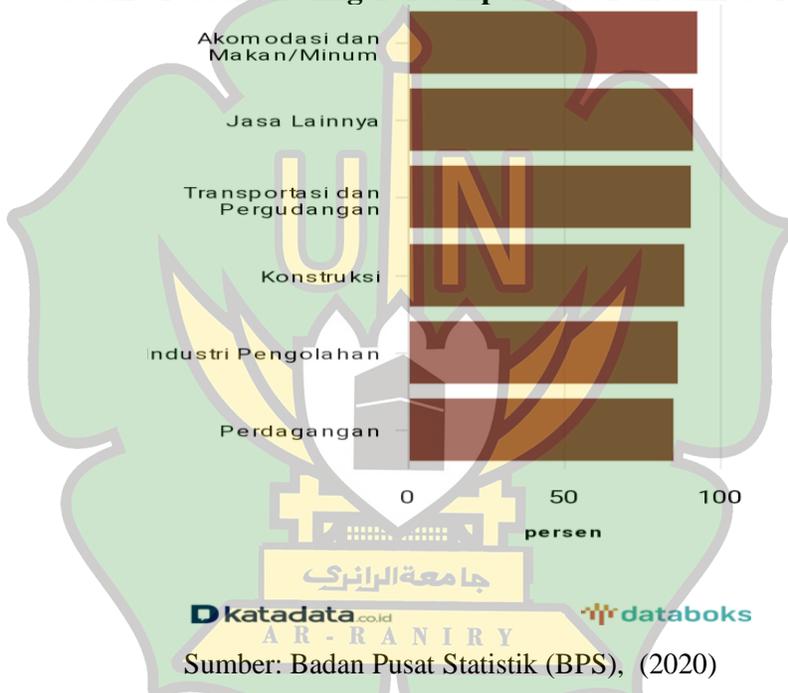
Katadata.co.id

databoks

Sumber : Bank Mandiri (Persero) Tbk, (2020)

Hasil survei Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat 82,85% perusahaan terdampak oleh pandemi virus corona covid-19. Salah satu sektor yang mengalami penurunan pendapatan terbanyak yakni 90,90% yaitu perdagangan.

**Gambar 1.2**  
**6 Sektor Usaha Paling Terdampak Saat Pandemi Corona**



Desa Rukoh, Kecamatan Syiah Kuala adalah salah satu daerah yang terkena imbas dari Covid-19, terutama dalam sektor perekonomian. Dengan adanya Covid-19 ada beberapa jenis dari sektor ekonomi yang dirugikan dan diuntungkan. Dari yang diuntungkan antara lain misalnya para pedagang masker, paket data, dan bisnis online. Mengapa diuntungkan karena barang/jasa tersebut

merupakan daftar kebutuhan yang paling dibutuhkan saat ini. Sedangkan yang dirugikan yaitu para pedagang pasar yang kehilangan para pembeli, karena selain masyarakat Rukoh sendiri juga terdapat banyak mahasiswa yang berbelanja di pasar Rukoh. Hal tersebut dikarenakan pasar Rukoh yang letaknya strategis dan mudah dijangka untuk mahasiswa melakukan kegiatan ekonomi. Selain para pedagang yang dirugikan juga terdapat supir kendaraan umum yang sepi penumpang akibat segala aktivitas dilakukan di rumah.

Pasar Rukoh terletak di kecamatan Syiah Kuala Gampong Rukoh, di jalan utama Rukoh, Pasar Rukoh ini terletak kurang lebih 200 m kedepan jika dilihat dari depan kampus UIN ar-Raniry. Pasar ini terdapat dua kategori pasar yang dapat dibedakan menjadi pasar Rukoh tradisional dan semi tradisional. Pasar Rukoh Tradisional terletak di sebelah kiri jalan dan pasar Rukoh semi tradisional terletak di sebelah kanan jalan.

Di pasar Rukoh terdapat berbagai macam aktivitas perdagangan seperti perdagangan ikan, daging ayam, sayur-sayuran, kelontong, bumbu masakan dan sebagainya. Dampak dari pandemi Covid-19 ini sangat dirasakan oleh para pedagang tersebut. Dari hasil survey dapat dilihat bahwa di pasar tradisional Rukoh menjadi sepi pembeli dikarenakan banyak dari mereka yang takut ke pasar. Sehingga pendapatan pedagang menjadi kurang stabil. Sebelum pandemi pendapatan yang didapatkan pedagang 100%, tetapi selama pandemi pendapatan mereka menurun hingga 50%. Oleh karena itu

berdasarkan permasalahan tersebut maka penelitian ini penting dilakukan dalam rangka melihat dampak pandemi Covid-19 terhadap pendapatan ekonomi di pasar Rukoh. Beberapa indikator yang dilihat pada penelitian ini di antara lain penurunan pendapatan dan kemampuan pedagang dalam memenuhi kebutuhan.

Berikut merupakan data mengenai pedagang di pasar Rukoh, Kecamatan Syiah Kuala, Kota Banda Aceh.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Jumlah Pedagang Pasar Rukoh**

No	Jenis Dagangan	Jumlah Lapak
1	Pedagang Sayur	24
2	Pedagang Ayam	10
3	Pedagang Ikan	20
4	Pedagang Bumbu	4
Jumlah		58

Sumber : dokumentasi Pasar Rukoh (2023)

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana para pedagang bisa bertahan untuk tetap berdagang di masa pandemi covid-19, dengan penelitian yang berjudul **“Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional di Masa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pasar Tradisional Rukoh di Kota Banda Aceh)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana dampak pandemi Covid-19 terhadap pedagang di pasar tradisional Rukoh?

2. Bagaimana strategi bertahan pedagang pasar tradisional Rukoh di masa pandemi Covid-19 ?
3. Bagaimana strategi bertahan pedagang pasar tradisional Rukoh Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19 menurut perspektif ekonomi Islam?

### **1.3 Tujuan Masalah**

1. Untuk mengetahui bagaimana dampak pandemi Covid-19 terhadap pedagang di pasar tradisional Rukoh
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi bertahan pedagang pasar tradisional Rukoh di masa pandemi Covid-19
3. Untuk mengetahui Bagaimana strategi bertahan pedagang pasar tradisional Rukoh kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19 menurut perspektif ekonomi Islam

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti  
Manfaat bagi penulis yaitu mampu memahami serta dapat memberikan wawasan yang luas dan mendapatkan pengalaman baru dan menambah pengetahuan penulis tentang strategi bertahan pedagang pasar tradisional di masa pandemi Covid-19.
2. Bagi Pengelola Pasar Tradisional  
Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai masukan untuk mengetahui strategi yang dilakukan pedagang pasar

tradisional dimasa pandemi Covid-19 untuk kemajuan di masa mendatang.

### 3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini akan dapat dijadikan sebagai referensi atau bacaan yang menyajikan bukti empiris mengenai strategi bertahan yang dilakukan pedagang pasar tradisional di masa pandemi Covid-19.

## **1.5 Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan merupakan urutan penyajian dari masing-masing bab secara terperinci, singkat dan jelas. Sistematik pembahasan bertujuan untuk menggambarkan mengenai susunan isi proposal/ skripsi secara teratur. Penulisan ini disusun dalam tiga bab yang masing-masing terdiri dari sub bab sebagai acuan berpikir secara sistematis.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori sebagai pondasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang terdiri dari penjelasan tentang jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisa data.

### **BAB 1V HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan hasil dari pembahasan yang berisi tentang pembahasan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional di Masa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pasar Tradisional Rukoh Kota Banda Aceh).

### **BAB V PENUTUP**

Merupakan penutup yang meliputi kesimpulan dan saran yang menyangkut dengan penelitian yang telah diteliti oleh penulis. Kemudian pada bagian akhir terdiri dari daftar pustaka dan lampiran-lampiran.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Teori Pasar**

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Pasar adalah tempat orang melakukan jual beli. Menurut istilah, pasar adalah tempat dimana penjual dan pembeli berkumpul untuk bertukar barang-barang milik mereka dengan mata uang. Dalam ilmu ekonomi, pengertian pasar adalah tempat terjadinya kegiatan transaksi antara penjual dan pembeli dimanapun dan kapanpun berada (Urika, 2021)

Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar mempunyai kedudukan tersendiri dalam perekonomian Islam. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Implementasi nilai-nilai tersebut merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku bisnis. Bagi seorang muslim nilai-nilai ini adalah sebagai refleksi dari keimanannya kepada Allah SWT. Bahkan Rasulullah memerankan dirinya sebagai *muhtasib* di pasar (Rachaman, 2018).

Pasar terbagi menjadi 3 yaitu pasar tradisional, pasar modern, serta pasar semi tradisional modern. Pasar tradisional merupakan pasar yang dibentuk serta dikelola oleh pemerintah pusat,

pemerintah daerah, BUMN, BUMD serta pihak swasta yang tempat usahanya berbentuk kios, toko, serta tenda yang dipunyai ataupun dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi ataupun swadaya masyarakat yang proses jual belinya dilakukan melalui proses tawar menawar (Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2017). Pasar tradisional merupakan pasar yang berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia terutama masyarakat sekitar pasar dan memiliki keunggulan bersaing secara alamiah. Keberadaan pasar tradisional ini sangat membantu, tidak hanya bagi pemerintah tetapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang untuk memperoleh pendapatan.

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi jual beli secara langsung dan dapat melakukan proses tawar-menawar. Bangunan pasar tradisional biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran/lapak terbuka yang dibangun oleh penjual. Barang-barang yang dijual di pasar tradisional yaitu kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa sembako, sayur-sayuran, buah, lauk-pauk, pakaian, barang elektronik dan lain-lain (Sabatiny, 2018)

Menurut Widodo (Widodo, 2013) Pasar modern merupakan pasar yang dibentuk oleh pemerintah, swasta ataupun koperasi yang dalam wujudnya berbentuk mall, super market, departement store, serta shopping center yang pengelolaannya dilaksanakan secara modern serta mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja

dengan manajemen terletak di satu tangan, bermodal relatif kuat, serta dilengkapi dengan harga yang pasti.

Pasar semi tradisional modern adalah pasar yang dibangun dengan tata cara penjualan tradisional seperti adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Bangunan sebagai tempat pasar semi modern umumnya berupa toko, kios atau gerai terbuka.

### **2.1.1 Pasar Menurut Ekonomi Islam**

Pasar dalam pandangan Islam adalah zakat (hadiah) kepada umat (komunitas Muslim). Dalam Islam pasar didefinisikan sebagai sarana pertemuan antara penjual dengan pembeli yang datang ke pasar atas permintaan kebutuhan tertentu untuk bertemu dengan penjual yang memproduksi berbagai barang yang sama (Mulyana, 2017).

Pasar mendapatkan kedudukan yang penting dalam Islam. Dalam pandangan Islam pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, tetapi memiliki berbagai kelemahan yang tidak cukup memadai mencapai ekonomi yang Islami. Ajaran Islam berusaha untuk menciptakan suatu memadai ekonomi yang dibingkai oleh nilai-nilai syariah, meskipun tetap dalam suasana yang bersaing suasana bebas tapi masih dalam kerangka norma-norma dan nilai syariah Islam.

#### **a. Sejarah Pasar Islam**

Sepanjang sejarah, kebebasan ekonomi sudah dijamin dengan berbagai kebiasaan masyarakat dan sistem hukumnya,

Rasulullah SAW tidak bersedia menetapkan harga-harga walaupun pada saat itu harga-harga sedang melambung tinggi. Ketidaksediaannya ini didasarkan atas prinsip tawar-menawar secara suka rela dalam perdagangan yang tidak memungkinkan pemaksaan dengan cara-cara tertentu agar penjual menjual barang-barangnya dengan harga yang lebih rendah dari pada harga pasar. Selama perubahan harga tersebut disebabkan oleh faktor-faktor nyata dalam permintaan dan penawaran yang adil yang tidak didorongi oleh monopolistik dan monopsonik, maka tidak berhak bagi kita menetapkan harga di pasar (Khoiruddin, 2010).

Tanggapan ajaran Islam terhadap mekanisme pasar berangkat dari ketentuan ketetapan Allah bahwa perniagaan harus didasari dengan rasa suka sama suka. Hal tersebut telah disebutkan dalam al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi :

*“Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka samaa suka antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha penyayang kepadamu”*.

Pasar telah terjadi pada masa Rasulullah dan khulafaur Rasyidin dan menjadi *sunnatullah* yang telah dijalankan berabad-abad. Al-Ghazali dalam kitabnya menjelaskan tentang sebab timbulnya pasar, “Dapat saja petani hidup di mana alat-alat pertanian tidak tersedia. Sebaliknya, pandai besi dan tukang kayu hidup di mana lahan pertanian belum ada. Namun, secara alami mereka akan

saling memenuhi kebutuhan masing-masing. Dapat saja terjadi tukang kayu membutuhkan makanan, tetapi petani tidak membutuhkan alat-alat tersebut. Keadaan seperti ini menimbulkan masalah. Oleh karena itu, secara alami pula orang akan terdorong untuk menyediakan tempat penyimpanan alat-alat di satu pihak, dan penyimpanan hasil pertanian di pihak lain. Tempat inilah yang akhirnya di datangi orang-orang untuk membeli sesuai dengan kebutuhan masing-masing sehingga terbentuklah pasar”. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa pasar adalah tempat menampung hasil produksi dan menjualkannya kepada mereka yang membutuhkan. Pernyataan tersebut juga menjelaskan bahwa pasar timbul dari adanya *double coincidence* yang sulit bertemu. Karena itu, diciptakanlah pasar untuk memudahkan adanya tukar menukar sesuai dengan kebutuhan masing-masing (Rahmi, 2015).

#### b. Mekanisme Pasar Islam

Mekanisme pasar dalam Islam tercermin prinsip syariah dalam bentuk nilai-nilai yang secara umum dapat dibagi dalam dua perspektif yaitu makro dan mikro. Nilai syariah dalam perspektif mikro menekankan aspek kompetensi/ profesionalisme dan sikap amanah, sedangkan dalam perspektif makro nilai-nilai syariah menekankan aspek distribusi, pelanggaran riba dan kegiatan ekonomi yang tidak memberikan manfaat secara nyata kepada sistem perekonomian. Oleh karena itu, dapat dilihat secara jelas manfaat sistem perekonomian Islam dalam pasar yang ditujukan

tidak hanya kepada warga masyarakat Islam, melainkan kepada seluruh umat manusia (*Rahmatan lil'alam*) (Rahmi, 2015).

### **2.1.2 Pasar Tradisional dan Ciri-cirinya**

Pasar tradisional atau bisa disebut dengan pasar rakyat dalam Perpres No.112 Tahun 2007 adalah suatu pasar dimana tempatnya dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Pada dasarnya pasar tradisional sama dengan pasar pada umumnya yaitu tempat bertemu antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli dalam bentuk eceran ditandai dengan adanya kegiatan tawar menawar dan bangunannya terbentuk dari kios, gerai, los, dan dasaran yang dibuka oleh penjual untuk menjual berbagai kebutuhan sehari-hari seperti bahan pokok, makanan atau jajanan tradisional, sayur, buah, daging, kain dan pakaian, perabotan rumah tangga, dan lain-lain (Juliyani, 2016).

Menurut (Nisa, 2021) ciri-ciri pasar tradisional antara lain:

- a. Adanya pedagang dan konsumen yang bertemu secara langsung dengan bertatap muka.
- b. Pelayanan pedagang pada konsumen dilakukan secara langsung.
- c. Proses pembayaran oleh pembeli kepada penjual juga dilakukan secara langsung tanpa perantara.
- d. Dalam pasar tradisional terdapat etika dalam melakukan transaksi antara pedagang dan konsumen yaitu adanya proses tawar menawar.

Setiap pertemuan yang terjadi di pasar tradisional antara pedagang dan pembeli bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan saja, tetapi juga termasuk mewujudkan tindakan sosial. Hal ini dapat dilihat dari adanya interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli. Maka secara tidak langsung hal tersebut dapat menunjukkan bahwa pasar tidak hanya sebagai institusi untuk mencari keuntungan semata, akan tetapi juga memiliki makna sosial. Sehingga dapat dikatakan bahwa pasar tidak hanya memiliki fungsi ekonomi saja akan tetapi juga memiliki suatu fungsi sosial, budaya, bahkan juga politik (Nuryani Windi, 2022).

### **2.1.3 Fungsi Pasar**

Menurut (Aliyah, 2017) terkait dengan fungsi pasar secara umum bahwa pasar berfungsi sebagai distribusi, organisir produk, penetapan nilai, dan pembentuk harga.

1. Dalam menjalankan fungsi distribusi, pasar merupakan media untuk menyalurkan atau mempelancarkan suatu barang atau jasa dari produsen kepada konsumen, dan mendekatkan jarak antara produsen dengan konsumen dalam melaksanakan transaksi.
2. Fungsi pasar sebagai organisir produksi adalah fungsi pasar terkait dengan cara produsen untuk menghasilkan barang dan memproduksi barang untuk menyesuaikan dengan harga yang ada di pasaran guna efisiensi.
3. Fungsi pasar sebagai penentu nilai adalah fungsi pasar yang berkaitan dengan apa yang harus dihasilkan oleh

suatu perekonomian sehingga produsen cenderung menghasilkan barang-barang yang lebih diinginkan masyarakat dibanding dengan yang tidak diinginkan sehingga pergerakan kekuatan permintaan dan penawaran dapat menentukan tingkat harga di pasar.

4. Fungsi pasar sebagai pembentuk harga dengan maksud bahwa harga yang telah menjadi kesepakatan adalah hasil perhitungan penjual dan pembeli. Penjual tentu telah memperhitungkan laba yang diinginkannya, sedangkan pembeli telah memperhitungkan manfaat barang atau jasa serta keadaan keuangannya.

Pasar menyediakan barang dan jasa untuk masa yang akan datang. Tabungan dan investasi yang terjadi di pasar merupakan usaha untuk memelihara sistem dan memberikan kemajuan aktivitas ekonomi.

Menurut (Rahayu, 2022) fungsi dalam Islam memiliki tiga fungsi yaitu:

1. Pembentukan nilai harga, pasar berfungsi untuk pembentukan harga (nilai) karena pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang kemudian saling menawar dan akhirnya membuat kesepakatan suatu harga. Harga atau nilai ini merupakan suatu hasil dari proses jual beli yang dilakukan di pasar.
2. Pendistribusian, pasar mempermudah produsen untuk mendistribusikan barang dengan para konsumen secara

langsung. Pendistribusian barang dari produsen ke konsumen akan berjalan lancar apabila pasar berfungsi dengan baik.

3. Promosi, pasar merupakan tempat yang paling cocok bagi produsen untuk memperkenalkan (mempromosikan) produk-produknya kepada konsumen. Karena pasar akan selalu dikunjungi oleh banyak orang, meskipun tidak diundang.

Fungsi pasar tradisional juga dapat didefinisikan sebagai penekan dan pengaturan para pelaku yang terlibat sekaligus sebagai solusi yang memberikan dan menyediakan serbagai fasilitas. Pasar juga mengemban misi sebagai fasilitas perbelanjaan bagi wilayah pelayanan, serta berperan sebagai wahana kegiatan sosial dan rekreasi (Abdullah, 2006).

#### **2.1.4 Struktur Pasar**

Menurut (Teguh, 2010) struktur pasar menunjukkan karakteristik pasar, seperti elemen jumlah pembeli dan penjual, keadaan produk, keadaan pengetahuan penjual dan pembeli, serta keadaan rintangan pasar. Perbedaan pada elemen-elemen itu akan membedakan cara masing-masing pelaku pasar dalam industri berperilaku, yang pada gilirannya akan menentukan perbedaan kinerja pasar yang terjadi.

Keadaan jumlah dan distribusi penjual di dalam pasar mempengaruhi harga jual yang berlaku dan output yang terdapat di dalam pasar. Pada struktur pasar persaingan sempurna ditandai oleh

adanya sejumlah besar penjual di dalam pasar dan masing-masing di antara mereka memiliki kekuatan pasar yang relatif sama. Sebagai akibatnya, para pesaing pasar tidak memiliki kekuatan yang berarti guna mengendalikan keadaan pasar. Selanjutnya keadaan harga dan output pasar berjalan menurut mekanisme pasar. Akan tetapi pada struktur pasar monopoli jumlah penjualnya bersifat tunggal oleh karena itu keadaan pasar sepenuhnya dapat dikendalikan oleh monopolis. Harga dan output pasar selanjutnya diatur secara penuh oleh monopolis yang menguasai pasar.

Menurut (Hasibuan, 1993) pengertian struktur pasar sering diidentikkan dengan bentuk atau format tetapi untuk istilah struktur pasar di sini adalah bentuk susunan. Struktur pasar merujuk pada jumlah dan ukuran distribusi perusahaan dalam pasar serta mudah atau sulitnya masuk dan keluar dari pasar. Struktur pasar menjadi ukuran penting dalam mengamati variasi perilaku dan kinerja industri, karena secara strategis dapat mempengaruhi kondisi persaingan serta tingkat harga barang dan jasa, pengaruh itu akhirnya sampai pada kesejahteraan masyarakat (*social-welfare*). (Hasibuan, 1993) juga menjelaskan pula bahwa dalam struktur pasar terdapat elemen-elemen yang menjelaskan pangsa pasar, konsentrasi dan hambatan untuk masuk (*barrier to entry*).

Menurut (Orsidia Aminursita, 2018) struktur pasar dibedakan menjadi 4 yaitu :

### 1) Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna yaitu struktur pasar yang ideal, karena pasar ini dianggap sebagai pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi efisiensinya. Dimana di pasar penjual hanya bisa menerima harga yang telah terjadi di pasar dan penjual hanya dapat menerima harga atau merubahnya.

### 2) Pasar Monopoli

Monopoli merupakan suatu pasar dimana hanya terdapat satu perusahaan saja, dimana perusahaan ini hanya memproduksi barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat.

### 3) Pasar Oligopoli

Oligopoli yaitu suatu pasar yang terdiri dari beberapa produsen dan memiliki beraneka ragam sifat yang berbeda, dimana barang yang dihasilkan semuanya berbeda corak.

### 4) Pasar Monopolistik/ Pasar Monopolis

Merupakan suatu bentuk pasar dimana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang serupa tapi memiliki perbedaan karakter tersendiri dalam beberapa aspek yang membedakanya dengan produk lain. Seperti produk berupa shampo yang memiliki kegunaan dalam membersihkan rambut. Namun produsen menciptakan

produk yang memiliki ciri khusus seperti perbedaan aroma, warna, dan lain sebagainya.

## **2.2 Pedagang**

Menurut peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 20 tahun 2012 tentang pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional, pedagang adalah orang atau badan yang membeli atau menyimpan barang yang penting dengan maksud untuk dijual kembali kepada orang lain dalam bentuk yang sama dengan aslinya ataupun telah diubah. Teori mengenai variabel pendapatan pedagang tidak terlepas dari faktor-faktor seperti jam/waktu berdagang, modal yang dimiliki seorang pedagang, jumlah tenaga yang dipekerjakan, jumlah tanggungan dan pengalaman berdagang/lama usaha di bidang usaha kecil yang digunakan dalam proses kegiatan tersebut saling berkaitan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat diketahui dan disimpulkan variabel-variabel yang mempengaruhi pendapatan pedagang atau pengusaha adalah modal usaha, pengalaman usaha, jam kerja, bakat pengusaha, lokasi usaha, pendidikan, laba, jumlah tenaga kerja dan jumlah tanggungan keluarga. Hal ini selaras dengan sifat-sifat fungsi produksi dalam teori ekonomi mikro, bahwa semakin banyak input yang digunakan semakin banyak output yang dihasilkan. Berdasarkan faktor-faktor seperti jumlah tenaga kerja, modal, lama usaha, dan jam kerja pedagang sebagai variabel bebas memiliki pengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang. Jadi dapat disimpulkan bahwa,

pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan cara menjual barang atau jasa kepada konsumen baik dalam partai besar, kecil ataupun satuan.

Dalam Al-Qur'an menjelaskan bahwa orang yang berdagang tidak akan kehilangan kemuliaan atau kekharismaannya bila melakukan kegiatan ekonomi dalam pasar. Berdasarkan firman Allah SWT dalam surat An-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu”*. (QS. An-Nisa [4] : 29).

Pedagang dibedakan menjadi dua yaitu: pedagang besar dan pedagang kecil. Pedagang besar adalah pedagang yang menjual barang dagangannya dengan modal awal yang besar. Sedangkan pedagang kecil adalah pedagang yang menjual barang dagangannya dengan modal kecil, seperti pedagang kaki lima. Menurut (Sidabalok, 2020) Berdagang merupakan pekerjaan yang berkenaan dengan menjual dan membeli barang untuk mendapatkan keuntungan. Sedangkan pedagang merupakan orang yang bekerja

mencari nafkah dengan berdagang. Dalam pasal 2 KUH dagang menyebutkan bahwa pedagang merupakan orang yang melakukan kegiatan perdagangan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Pedagang merupakan orang atau instansi yang memperjual-belikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung (Nuryani Windi, 2022). Sedangkan dalam kamus ekonomi yang dimaksud pedagang merupakan seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa mengubah bentuk dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Menurut (Oktima, 2012) Pedagang dikelompokkan menjadi tiga kelompok sebagai berikut:

- a. Pedagang kecil  
Pedagang kecil merupakan pedagang yang membeli barang dagangan dalam jumlah sedang dan menjualkannya kembali kepada konsumen akhir.
- b. Pedagang menengah  
Pedagang menengah merupakan pedagang yang membeli barang dagangan dalam jumlah besar dan menjualnya kembali kepada para pedagang kecil dalam jumlah sedang atau kecil. Contohnya penyalur dan toko besar.
- c. Pedagang besar  
Pedagang besar merupakan pedagang yang membeli barang dalam jumlah yang besar dan menjualnya kembali dengan

jumlah yang besar pula. Contohnya seperti agen, grosir, importir, dan eksportir.

Menurut (Masrukin, 2012) dalam (Ruliyanto, 2019) pedagang dalam pasar tradisional dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Pedagang kios adalah pedagang yang menjual dagangannya pada bangunan yang telah disediakan oleh pihak pasar dan membayar biaya sewanya.
2. Pedagang non-kios adalah pedagang yang menjual dagangannya dipelataran, los atau dasaran dari pasar.

Menurut (Anderson, 2005) jenis-jenis pedagang adalah sebagai berikut:

1. Agen adalah lembaga saluran distribusi yang melakukan transaksi jual beli barang produksi perusahaan. Agen ada dua macam, yaitu:
  - a. Agen penjualan, adalah orang atau badan yang kegiatannya menjualkan barang hasil produksi milik produsen tertentu kepada konsumen atau kepada pedagang kecil.
  - b. Agen pembelian, adalah orang atau badan yang kegiatannya membeli barang-barang hasil produksi dari produsen untuk para pembeli atau konsumen yang membutuhkan di suatu daerah tertentu.
2. Pedagang besar atau grosir adalah pedagang yang secara langsung membeli produksi perusahaan dalam jumlah partai

yang besar, lalu menjualnya kepada pedanag kecil (toko, warung, kios, dan swalayan).

3. Pedagang eceran atau retailer adalah pedagang yang membeli barang dari pedagang besar lalu menjualnya kepada konsumen.
4. Makelar adalah wakil untuk pembeli atau penjual, makelar mengadakan perjanjian-perjanjian atas nama mereka dalam penjualan atau pembelian suatu barang. Balas jasa untuk makelar dinamakan kurtasi atau provisi.
5. Komisioner adalah orang atau badan sebagai perantara dalam perdagangan yang kegiataannya menjual atau membeli barang dagangan akan tetapi atas nama sendiri, dan bertanggung jawab atas segala tindakannya dengan memperoleh balas jasa tersebut. Balas jasa untuk komisioner adalah komisi.

### **2.2.1 Karakteristik Pedagang Menurut Ekonomi Islam**

Manusia sebagai makhluk yang terikat dengan moral-moral yang berlaku dalam masyarakat, termasuk moral ekonomi. Semua perilaku individu, termasuk ekonomi, harus merujuk kepada norma-norma yang terdapat pada masyarakat. Manusia harus memiliki sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaan.

a. Prinsip Pedagang Pasar Islam

Pentingnya pasar sebagai wadah aktivitas tempat jual beli tidak hanya dilihat fungsinya secara fisik, namun aturan, norma dan yang terkait dengan masalah pasar. Pasar juga tidak terlepas dari aturan ekonomi Islam. Konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun atas prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. *Ar-Ridhaa*, yaitu meyakini segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*).
2. Persaingan sehat (*fair competition*), mekanisme pasar akan menjadi terhambat ketika terjadi penimbunan (*ikhtiar*) atau monopoli artinya setiap barang yang penahannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak.
3. Kejujuran (*Bonesty*), kejujuran menjadi pilar yang sangat penting dalam Islam. Islam melarang tegas dilakukannya kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam dagangan dan masyarakat luas.
4. Keterbukaan (*Transparency*) serta keadilan (*Justice*), pelaksanaan prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dalam berperilaku secara benar dalam peningkatan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya (Ghafur, 2019).

## **2.3. Covid-19 Dan Dampak Pandemi Covid-19**

### **2.3.1 Corona Virus Disease 2019 ( Covid-19 )**

Virus Corona (Corona Virus Disease) merupakan penyakit yang disebabkan coronavirus jenis baru (SARS-CoV-2) di akhir tahun 2019, wabah ini pertama kali terdapat di Wuhan, Provinsi Hubei, China. Pada 7 Januari 2020, para peneliti berhasil menentukan penyebab dari virus ini. Organisasi kesehatan dunia secara resmi menamai penyakit ini Covid-19. Pada 30 Januari 2020, jumlah pasien Covid-19 meningkat pesat menjadi 7.734. Pada hari yang sama berbagai negara di Asia, Eropa, dan Australia mengonfirmasi 90 kasus positif pasien Covid-19. Juga pada tanggal 30 Januari 2020, WHO membunyikan alarm darurat kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian global (Hi.Hamjah M., 2022).

Khusus di Indonesia sendiri Pemerintah telah mengeluarkan status darurat bencana terhitung mulai tanggal 29 Februari 2020 hingga 29 Mei 2020 terkait pandemi virus ini dengan jumlah waktu 91 hari. Langkah-langkah telah dilakukan oleh pemerintah untuk dapat menyelesaikan kasus luar biasa ini, salah satunya adalah dengan mensosialisasikan gerakan *Social Distancing*. Konsep ini menjelaskan bahwa untuk dapat mengurangi bahkan memutus mata rantai infeksi COVID-19 seseorang harus menjaga jarak aman dengan manusia lainnya minimal 2 meter, dan tidak melakukan kontak langsung dengan orang lain, menghindari pertemuan massal. Tetapi banyak masyarakat yang tidak menyikapi hal ini dengan baik, seperti contohnya pemerintah sudah meliburkan para siswa dan

mahasiswa untuk tidak berkuliah atau bersekolah ataupun memberlakukan bekerja didalam rumah, namun kondisi ini malahan dimanfaatkan oleh banyak masyarakat untuk berlibur. Selain itu, walaupun Indonesia sudah dalam keadaan darurat masih saja akan dilaksanakan tabligh akbar, di mana akan berkumpul ribuan orang di satu tempat, yang jelas dapat menjadi mediator terbaik bagi penyebaran virus corona dalam skala yang jauh lebih besar (Putri, 2020).

### **2.3.2 Dampak Pandemi COVID-19**

#### **1. Pengertian Dampak**

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif. Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seseorang biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Dari penjabaran diatas maka kita dapat membagi dampak ke dalam dua pengertian yaitu:

##### **a. Dampak Positif**

Dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Sedangkan positif adalah pasti atau tegas dan nyata dari suatu pikiran terutama memperhatikan hal-hal yang baik. Positif adalah suasana jiwa yang mengutamakan kegiatan kreatif daripada

kegiatan yang menjemukan, kegembiraan daripada kesedihan, optimisme dari pada pesimisme. Positif adalah keadaan jiwa seseorang yang dipertahankan melalui usaha-usaha yang sadar bila sesuatu terjadi pada dirinya supaya tidak membelokkan fokus mental seseorang pada yang negatif. Bagi orang yang berpikiran positif mengetahui bahwa dirinya sudah berpikir buruk maka ia akan segera memulihkan dirinya. Jadi dapat disimpulkan pengertian dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang baik.

b. Dampak Negatif

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dampak negatif adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negatif. Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Berdasarkan beberapa penelitian ilmiah disimpulkan bahwa negatif adalah pengaruh buruk yang lebih besar dibandingkan dengan dampak positifnya. Jadi dapat disimpulkan pengertian dampak negatif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.

## 2. Dampak Pandemi Covid-19

Dampak Wabah Covid-19 terlihat hampir di seluruh sektor kehidupan masyarakat. Aktivitas sosial dilarang dan ditunda sementara waktu, melemahnya ekonomi, pelayanan transportasi dikurangi dan diatur ketat, pariwisata di tutup, pusat perbelanjaan sepi pengunjung dan ditutup sektor informal seperti; ojek online, supir angkot, pedagang kaki lima, pedagang keliling, UMKM dan kuli kasar penurunan pendapatan. Pusat-pusat perdagangan, seperti mal yang biasanya ramai di kunjung mengalami penurunan, pemerintah menutup tempat wisata, tempat hiburan. Bekerja dan belajar juga dilakukan dirumah secara online (Syafriada, 2020).

Pada aspek lain seperti konsumsi dan daya beli masyarakat pandemi ini menyebabkan banyaknya tenaga kerja yang berkurang atau bahkan kehilangan pendapatannya sehingga berpengaruh kepada konsumsi dan daya beli masyarakat. Dalam kondisi pandemi Covid-19 masyarakat memiliki kekhawatiran dengan melakukan kehati-hatian dalam mengatur pengeluaran karena adanya kekhawatiran mengenai ketidakpastian berakhirnya pandemi Covid-19. Hal tersebut menimbulkan turunnya daya beli masyarakat akan barang-barang konsumsi dan memberikan tekanan pada produsen dan penjual. Munculnya virus Covid-19 di akhir tahun 2019 kini mulai berdampak pada pedagang pasar tradisional. Banyak dari pedagang yang memilih menutup kios atau tetap berdagang dengan aktivitas dan waktu yang sangat terbatas. Berdasarkan data IKAPPI, ada sekitar 5 juta pedagang pasar dari 12 juta atau setara 43%

pedagang pasar tradisional di berbagai daerah yang terpaksa tidak berdagang dikarenakan pengunjung pasar yang sepi akibat pandemi. Sisanya 57% pedagang pasar yang masih berjualan tetapi mengalami penurunan pendapatan sekitar 70-90% dari keadaan sebelum terjadinya pandemi.

Dari beberapa sumber menyatakan bahwa selama pandemi daya jual menjadi menurun karena kesempatan bergerak cukup kecil, naiknya modal produk yang hendak dijual kembali, keterbatasan uang untuk memutar modal, daya beli masyarakat yang menurun karena perekonomian masyarakat juga menurun sehingga hanya bisa membeli kebutuhan pokok saja bahkan ada juga masyarakat yang tidak dapat memenuhi kebutuhan pokok selayaknya (Urika, 2021)

Dampak virus Covid-19 dirasakan oleh para pedagang pasar terutama pedagang di pasar Rukoh. Para pedagang sudah paham terhadap virus Covid-19 yang berbahaya yaitu virus yang menyerang pernafasan serta dapat menular dari manusia ke manusia lainnya melalui percikan air liur atau droplet. Para pedagang tetap berjualan di pasar untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan tetap mematuhi protokol kesehatan yaitu tetap menggunakan masker saat berjualan.

## 2.4 Strategi Bertahan

### 2.4.1 Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*straregos*” yang berarti Jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Kata ini mengarahkan pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai (Fidat, 2023). Strategi merupakan rencana yang dikembangkan oleh seorang eksekutif perusahaan yang berfokus pada tujuan jangka panjang untuk meningkatkan kualitas bisnis perusahaan. Tentunya dalam setiap bisnis memiliki strategi untuk melancarkan bisnis yang telah dibuat. Strategi mempunyai peranan penting dalam suatu bisnis, baik itu bisnis industri atau bisnis lainnya ada strategi terbaik untuk menciptakan suatu bisnis yang baik pula (Musyawarah, 2022). Dalam Kamus Bahasa Indonesia strategi adalah siasat. Artinya, rencana yang tepat dalam menghadapi persoalan hidup untuk pencapaian sasaran. Strategi juga dapat dikatakan sebagai usaha yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dalam mengatasi persoalan yang dialami selama kehidupannya. Biasanya individu atau kelompok minimal bisa mencegah dan memenuhi segala masalah-masalah hidup yang dihadapi.

Menurut (Crow, 1989) dalam (Dharmawan, 2001), bahwa strategi adalah suatu pilihan atau penetapan dari beberapa pilihan yang akan ia lakukan dalam kehidupannya. Untuk itu, strategi ini mencakup beberapa aspek, antara lain:

- a. Adanya pilihan yang dilakukan dalam realitas kehidupan
- b. Jika mengikuti pilihan tersebut, berarti kita memberikan perhatian atau dorongan yang kuat kepada pilihan kita dan mengurangi perhatian terhadap pilihan yang lain
- c. Melakukan perencanaan yang matang dan penuh perhatian maka membawa dampak yang pasti terhadap posisi yang dilakukan.
- d. Strategi dilakukan salah satunya dengan tanggapan atau respons terhadap tekanan yang dihadapi seseorang.
- e. Adanya pengetahuan dan sumber daya yang mendukung seseorang atau kelompok untuk bisa mengikuti dan membentuk berbagai strategi yang dihadapi dalam pilihan hidup, dan
- f. Strategi yang diambil atau dipilih salah satu cara untuk keluar dari pada konflik dan proses yang terjadi dalam rumah tangga.

Dari beberapa aspek di atas dapat dilihat bahwa adanya cara atau pilihan yang dilakukan oleh individu atau kelompok jika menghadapi permasalahan hidup. Strategi mengupayakan dan membentuk diri oleh seseorang atau kelompok terutama masyarakat lokal atau masyarakat pedesaan jika terjadinya perubahan yang dialami sebagai makhluk sosial. Perubahan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat sebagai alternatif untuk bisa melakukan atau

berkarya yang lebih baik dan optimal untuk masa yang akan datang (Indraddin, 2016).

#### **2.4.2 Konsep Strategi Bertahan**

Menurut (Sulaiman, 2014) strategi bertahan dapat diartikan sebagai cara yang digunakan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mempertahankan eksistensi kediriannya yang bernilai atau dianggap bernilai, baik yang bersifat material maupun non-material, dalam perspektif sosiologi, strategi bertahan lazimnya menjadi sebuah pilihan ditengah gerusan ancaman-ancaman yang setiap waktu dapat merusak nilai-nilai yang menjadi kearifan dari sebuah komunitas.

Menurut (Irwan, 2015) menyatakan bahwa strategi bertahan merupakan suatu tindakan yang dipilih secara standar oleh seseorang dan rumah tangga yang menengah ke bawah secara sosial ekonomi. Dengan strategi yang dilakukan, bisa memperoleh penghasilan melalui pemanfaatan sumber-sumber yang lain. Dalam menyusun strategi dipengaruhi oleh posisi individu atau kelompok dalam struktur masyarakat, sistem kepercayaan dan jaringan sosial yang dipilih, termasuk keahlian dalam memobilisasi sumber daya yang ada, tingkat keterampilan, kepemilikan aset, jenis pekerjaan, status gender dan motivasi pribadi. Nampak bahwa jaringan sosial dan kemampuan memobilisasi sumber daya yang ada termasuk di dalamnya mendapatkan kepercayaan dari orang lain membantu individu dalam menyusun strategi bertahan hidup.

Setiap individu atau kelompok pasti menginginkan hak untuk bisa bertahan hidup, dalam segala bidang dan berupaya untuk bisa melakukan aktivitas kehidupannya sehari-hari. Bertahan hidup sebagai kemampuan individu atau kelompok terutama pada masyarakat lokal atau masyarakat pedesaan untuk melakukan dan mengatasi segala permasalahan yang melingkupi kehidupannya. Hal tersebut biasanya dilakukan rumah tangga miskin dalam mengatasi segala kemiskinan yang dihadapi dalam aktivitas kehidupannya. Semakin hari kebutuhan manusia semakin bertambah, dan tidak terbatas. Hal inilah yang membuat manusia untuk terus bekerja dan mencari sumber penghasilan tambahan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sehingga orang miskin dan tidak mampu secara ekonomi tidak akan pasrah pada nasibnya. Mereka tetap berusaha untuk bekerja agar bisa bertahan hidup (Ginawawati, 2013).

Menurut (Susilawati, 2012) strategi bertahan hidup adalah tindakan ekonomi yang disengaja oleh rumah tangga dengan motivasi yang tinggi untuk memuaskan sebagian besar kebutuhan dasar manusia, paling tidak pada level minimum sesuai dengan norma sosial dan budaya masyarakat. Menurutnya, peningkatan mutu dan kualitas kehidupan ekonomi harus berjalan seirama antara penghasilan pengeluaran.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi bertahan adalah suatu cara yang dilakukan oleh masyarakat lokal atau penduduk lokal dalam kehidupannya untuk membangun suatu kegiatan dan kapabilitas dukungan sosial bersifat

ragam dalam rangka bisa meningkatkan taraf hidup dan meningkatkan perekonomian dalam aktivitas rumah tangga. Hal tersebut membuktikan bahwa masyarakat lokal atau penduduk lokal memiliki usaha yang kuat untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Oleh karena itu, semua permasalahan hidup dan rintangan yang dihadapi dapat diselesaikan dengan optimal dan secara baik dalam mencapai standar kehidupan yang baik juga. Konsep strategi bertahan hidup biasanya digunakan untuk melihat strategi orang miskin dalam efektivitas perekonomian. Sejalan dengan itu, strategi bertahan hidup merupakan strategi petani lapisan bawah, menunjuk kepada adanya sumber yang di luar pertanian sebagai sumber nafkah untuk mencukupi kekurangan di sektor pertanian. Dengan demikian, strategi bertahan tidak hanya digunakan untuk orang miskin saja, akan tetapi juga digunakan untuk masyarakat yang mengalami perubahan mata pencaharian sehari-hari yang merupakan sumber pendapatan hidupnya.

### **2.4.3 Jenis Strategi Bertahan**

Menurut (Suharto, 2009) dalam (Ginawawati, 2013) Strategi bertahan hidup dalam mengatasi goncangan dan tekanan ekonomi dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Strategi bertahan hidup dapat digolongkan menjadi tiga kategori, yaitu:

a. Strategi Aktif

Strategi aktif merupakan strategi bertahan hidup yang dilakukan dengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki. Strategi aktif merupakan strategi yang dilakukan keluarga

miskin dengan cara mengoptimalkan segala potensi keluarga (misalnya melakukan aktivitasnya sendiri, memperpanjang jam kerja dan melakukan apapun demi menambah penghasilannya). Strategi aktif yang biasanya dilakukan keluarga miskin adalah dengan diversifikasi penghasilan atau mencari penghasilan tambahan dengan cara melakukan pekerjaan sampingan.

b. Strategi Pasif

Strategi pasif merupakan strategi bertahan hidup yang dilakukan dengan cara meminimalisir pengeluaran keluarga (misalnya biaya untuk sandang, pangan, pendidikan dan sebagainya). Strategi pasif yang biasanya dilakukan oleh masyarakat miskin yaitu dengan membiasakan hidup hemat. Hemat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai sikap berhati-hati, cermat, tidak boros dalam membelanjakan uang. Sikap hemat adalah budaya yang dilakukan oleh masyarakat desa terutama masyarakat desa yang tergolong dalam petani miskin.

c. Strategi Jaringan

Strategi jaringan merupakan strategi yang dilakukan dengan cara memanfaatkan jaringan sosial. Strategi jaringan adalah strategi bertahan hidup yang dilakukan dengan cara menjalin relasi, baik formal maupun dengan lingkungan sosialnya dan lingkungan kelembagaan (misalnya meminjam uang kepada tetangga, mengutang di warung atau toko, memanfaatkan program kemiskinan, meminjam uang ke rentenir atau bank dan sebagainya).

#### 2.4.4 Strategi Bertahan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menurut (Fauzia, 2013) Pemasaran dalam bisnis Islam merupakan aktivitas yang dilandasi oleh saling ridha dan rahmat antara penjual dan pembeli dalam sebuah aktivitas di dalam sebuah pasar. Dalam Islam, tidak ada larangan apabila seseorang memiliki rencana untuk memperjuangkan usahanya agar berhasil, dengan syarat tidak rencana tersebut tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Adapun strategi yang dalam Islam dapat dilihat sebagai berikut:

##### a. Produk

Dalam berdagang tidak lepas dari Nabi Muhammad SAW sebagai sosok yang pandai dalam memasarkan produk dan mengutamakan kualitas produk sebagaimana kriteria yang ditentukan oleh Allah SWT yaitu produk yang halal. Dalam Islam produk tidak boleh mengandung bahan berbahaya dan pedagang tidak boleh menyembunyikan apa pun dari pembeli, bahkan jika barang tersebut cacat. Terkait dengan kepuasan pelanggan dalam perspektif pemasaran Islam, produk akan mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui lima prinsip, yaitu keabsahan (halal), kemurnian (*thayyib*), *deliverability* yang dalam hal ini penjual harus boleh menjanjikan produk yang dapat dipastikan ketersediaannya, *precise determination* yang meliputi jumlah yang tepat dan kualitas produk yang sesuai, dan yang terakhir kesucian produk.

b. Harga

Menurut Wahbah al-Zuhaili, pada dasarnya Islam tidak memiliki batasan yang jelas tentang keuntungan dalam berdagang. Hanya saja menurut beliau, keuntungan yang berkah adalah keuntungan yang tidak melebihi sepertiga modal. Menurut Imam Malik bin Abas, pedagang pasar boleh menjual barangnya diatas harga pasaran. Sebagian ulama Malikiyyah membatasi maksimal pengambilan laba tidak boleh melebihi sepertiga dari modal, mereka menyamakan hal ini dengan harga wasiat. Jadi, diperbolehkan memberikan tambahan harga untuk suatu barang dagangan dengan syarat tidak melanggar syariat Islam.

c. Promosi

Praktik promosi dalam Islam dilarang memberikan informasi yang berlebihan. Rasulullah SAW menekankan pentingnya etika promosi dengan tidak diperbolehkan melakukan promosi dengan cara mengeksploitasi wanita secara berlebihan untuk menarik minat dan melariskan barang yang diperjualbelikan. Selain itu, aturan promosi produk menurut Islam yaitu tidak dibenarkan melakukan penipuan baik dalam bentuk perilaku maupun perkataan. Dan tidak diperbolehkan menyampaikan pujian secara berlebihan atas kualitas barang yang dimilikinya (Jannah, 2020).

## 2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti untuk mencapai perbandingan dan selanjutnya untuk mendapatkan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya, di samping itu penelitian terdahulu membantu penelitian dalam memposisikan penelitian. Serta agar terhindar dari terjadinya pengulangan penelitian, maka perlu diuraikan penelitian terdahulu yang pernah diteliti oleh penelitian lain. Sejauh ini, sudah ada karya tulis yang mengangkat tema “ pengembangan UMKM ” penulis akan menyebutkan dan menguraikan tentang skripsi atau jurnal seseorang yang berkaitan atau paling tidak mendekati pokok pembahasan yang akan disusun saat ini diantaranya sebagai berikut.

Adapun kajian pustaka peneliti telah memperoleh 5 (lima) penelitian yang telah ada. Kelima jurnal penelitian yang berkaitan dengan judul penelitian di antaranya:

Penelitian yang dilakukan Octaviani et al (2020) yang berjudul “Strategi adaptasi pedagang tradisional saat pandemi Covid-19”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi adaptasi yang digunakan oleh pedagang tradisional di Thamrin City saat pandemi Covid-19 dengan menggunakan pendekatan teori strategi Adaptasi oleh pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan. Metode yang digunakan dalam analisis data adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Penelitian ini dilakukan pada pedagang yang memanfaatkan *E-Commerce* di saat pandemi Covid-19 demi

memenuhi kebutuhan hidup. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa ada tiga strategi adaptasi yang digunakan oleh para pedagang yang terkena dampak pandemi Covid-19 diantaranya dengan mengoptimalkan segala sumber daya yang dimiliki untuk menambah penghasilan, meminimalisir pengeluaran, serta memanfaatkan hubungan jaringan sosial. Selain itu, hasil penelitian menyimpulkan bahwa terjadi perubahan sosial seperti pola perilaku dalam berdagang para pedagang tradisional suku Minangkabau, karena dukungan modernisasi menyebabkan mereka memanfaatkan *E-Commerce* saat berdagang. Perubahan tersebut terjadi karena para pedagang tidak lagi mendapatkan pemasukan hanya dengan mengandalkan penjualan secara *offline* di saat pandemi Covid-19. Sehingga kehadiran *E-Commerce* menjadi salah satu peluang untuk mereka dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Afinni (2021) yang berjudul “Dampak Covid-19 terhadap struktur pendapatan para pedagang”. Penelitian ini menjelaskan tentang pedagang yang mengalami kerugian, contohnya; sebelum pandemi pedagang bisa menjual dagangannya lebih banyak dari target yang telah ditentukan akan tetapi dengan adanya pandemi penjualan semakin menurun bahkan tidak sedikit yang mengalami kerugian, bahkan ada banyak pedagang yang tidak mendapatkan balik modal dari penjualannya. Pedagang di pasar Ciputat mengalami penurunan pendapatannya hampir 50% dari biasanya sebelum adanya pandemi Covid-19. Kesadaran untuk terus berjuang memenuhi kebutuhan hidup sehari-

hari merupakan faktor pendukung para pedagang dalam melakukan usahanya. Sedangkan jumlah pengunjung pasar yang sepi menjadi faktor penghambat bagi para pedagang.

Selanjutnya pada penelitian Hariyani (2001) berjudul “Strategi pedagang kaki lima dalam mempertahankan usaha di tengah pandemi Covid-19 (Studi pada PKL di lapangan desa Karangrejo kecamatan Kandat kabupaten Kediri)”. Penelitian ini bertujuan untuk: 1). mendeskripsikan kondisi pedagang kaki lima akibat pandemi Covid-19 yang ada di lapangan desa Karangrejo, 2). Mendeskripsikan dan menganalisis strategi pedagang kaki lima di lapangan desa Karangrejo dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19. Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian berupa studi kasus. Teknik sampling menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi, yang selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan analisis data model interaksi dan disajikan secara deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi pedagang kaki lima yang ada di lapangan desa Karangrejo akibat pandemi Covid-19 pada awalnya mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis, namun mereka berhasil bangkit dan mempertahankan usahanya meski pendapatan mereka tidak bisa kembali seperti semula. Strategi pedagang kaki lima di lapangan desa Karangrejo dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19

diantaranyaa ditempuh dengan cara memperluas pasar dalam *go-online*, menambah jumlah tenaga kerja, membuat produk baru, serta melakukan kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain.

Adapun penelitian selanjutnya dilakukan oleh Mevianti (2022) yang berjudul “Strategi pedagang pasar tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo dalam mempertahankan eksistensinya pada masa pandemi Covid-19 menurut perspektif ekonomi Islam”. Penelitian ini bertujua untuk mengetahui dampak pandemi Covid-19 terhadap pedagang di pasar tradisional Senin Barokah Abadi kecamatan Dolopo. Strateginya dalam mempertahankan eksistensinya pada masa Covid-19 menurut perspektif ekonomi Islam. Jenis penelitian yang dilakukan yaitu penelitian lapangan dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadinya pandemi Covid-19 memberikan dampak yang besar bagi perekonomian pasar tradisional Senin Barokah Abadi kecamatan Dolopo mulai dari penghasilan pedagang, jumlah pembeli, dan jumlah barang yang terjual. Selanjutnya strategi bertahan pedagang yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional Senin Barokah Abadi kecamatan Dolopo dengan menggunakan Analisis SOAR dan juga memperhatikan variabel eksistensi agar bisa terus berjalan. Bukan hanya itu, pedagang pasar tradisional Senin Barokah Abadi di masa pandemi Covid-19 juga menerapkan strategi bertahan pedagang muslim, yakni dengan menerapkan prinsip-prinsip ajaran

agama Islam seperti penerapan sifat *Siddiq, Amanah, Tabligh* dan *Fatanah*.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Mongkito (2021) dengan judul “Strategi peningkatan pendapatan usaha mikro pada masa pandemi Covid-19 ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam ( studi : EKS MTQ kota Kendari)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dan metode yang digunakan melalui metode wawancara, metode observasi, dan metode dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah verifikasi. Dengan pengujian keabsahan data menggunakan teknik trigulasi sumber. Hasil penelitian yang diperoleh adalah strategi peningkatan usaha yang dilakukan pelaku usaha mikro Eks MTQ kota Kendari yaitu dengan selalu menerapkan protokol kesehatan, beralih ke penggunaan media *online*, dan menerapkan promo pada penjualan. Dan strategi peningkatan usaha yang dilakukan pelaku usaha Eks MTQ kota Kendari telah sesuai dengan perspektif etika bisnis Islam yakni diantaranya kejujuran, amanah, adil, tidak melakukan *gharar*, dan tidak melakukan penimbuan barang namun sebagian ada yang masih belum menunaikan shalat lima waktu sebagai kewajibannya.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terkait**

No	Penelitian /judul	Motode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Octaviani et al (2020), “Strategi Adaptasi Pedagang	Kualitatif	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa ada tiga strategi adaptasi	Melihat strategi adaptasi pedagang	Penelitian sebelumnya melihat strategi adaptasi

**Tabel 2.1-Lanjutan**

No	Penelitian /judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Tradisional Saat Pandemi Covid-19”		yang digunakan oleh para pedagang yang terkena dampak pandemi Covid-19 diantaranya dengan mengoptimalkan segala sumber daya yang dimiliki untuk menambah penghasilan, meminimalisir pengeluaran, serta memanfaatkan hubungan jaringan Sosial. Selain itu, hasil penelitian menyimpulkan bahwa terjadi perubahan sosial seperti pola perilaku dalam berdagang para pedagang tradisional suku Minangkabau, karena dukungan modernisasi menyebabkan mereka memanfaatkan E-Commerce saat berdagang.	saat pandemi covid-19	pedagang tradisional saat pandemi covid-19. Sedangkan pada penelitian ini berdasarkan perspektif ekonomi syariah.

**Tabel 2.1-Lanjutan**

No	Penelitian /judul	Motode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
2	Afinni (2021) Dampak Covid-19 Terhadap Struktur Pendapatan para Pedagang	Kualitatif	Hasil penelitian memperlihatkan bahwa para pedagang pasar tetap bertahan meski memiliki kekhawatiran terpapar Virus Covid-19 dan mengalami penurunan omzet dan Pendapatan hampir sebesar 50%	Sama-sama mengkaji tentang dampak dari Covid-19.	Kajian Al Afinni hanya melihat pendapatan para pedagang tanpa menghubungkan dengan variabel lain
3	Hariyani (2001) Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi pada PKL di Lapangan Desa Karangrejo Kecamatan Kandat kabupaten Kediri)	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kondisi Pedagang Kaki Lima yang ada di Lapangan Desa Karangrejo akibat pandemi Covid-19 pada awalnya mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis, namun mereka berhasil bangkit dan mempertahankan usahanya meski pendapatan mereka tidak bisa kembali seperti semula. Strategi Pedagang Kaki Lima di	Sama-sama mengkaji tentang strategi bertahan pedagang di masa Pandemi Covid-19	Hariyani melihat strategi pedagang dalam mempertahankan usaha di tengah covid-19 Sedangkan peneliti melihat strategi pedagang selama masa Pandemi Covid-19

**Tabel 2.1-Lanjutan**

No	Penelitian /judul	Motode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			Lapangan Desa Karangrejo dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19 ditempuh dengan cara memperluas pasar dengan go-online menambah jumlah tenaga kerja, membuat produk baru, serta melakukan kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain.		
4	Mevianti (2022) Strategi pedagang pasar tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo dalam mempertahankan eksistensinya pada masa pandemi Covid-19 menurut	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadinya pandemi Covid-19 memberikan dampak yang besar bagi perekonomian pasar tradisional senin barokah abadi Kecamatan Dolopo Mulai dari penghasilan	Persamaan kajian ini ialah variabel kajian yakni sama sama mengkaji strategi bertahan pedagang pada masa pandemi Covid-19 menurut perspektif Islam	Mevianti melihat bagaimana strategi bertahan pedagang dalam mempertahankan eksistensinya pada masa pandemi covid-19 Sedangkan peneliti melihat bagaimana strategi

**Tabel 2.1-Lanjutan**

No	Penelitian /judul	Motode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	perspektif ekonomi Islam		pedagang, jumlah pembeli/konsu men, dan jumlah barang yang terjual. Strategi bertahan yang dilakukan adalah menggunakan analisis SOAR dan juga memperhatikan variabel eksistensi agar bisa terus berjalan. Selain itu juga menerapkan strategi Bertahan pedagang muslim.		bertahan pedagang selama masa pandemi Covid-19
5	(Mongkito, 2021) Strategi peningkatan pendapatan usaha mikro pada masa pandemi Covid-19 ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam ( studi : EKS MTQ kota Kendari	kualitatif	Hasil penelitian yang diperoleh adalah strategi peningkatan usaha yang dilakukan pelaku ushaa mikro Eks MTQ Kota Kendari yaitu dengan selalu menerapkan protokol kesehatan, beralih ke penggunaan media online,	Persamaan kajian ini ialah variabel kajian sama sama mengkaji peningkatan Pendapatan pada masa Covid-19	Subjek yang diteliti berbeda, dimana abdul Wahid Mongkito memiliki pelaku usaha mikro yang berada di Eks MTQ kota kendari Sedangkan

**Tabel 2.1-Lanjutan**

No	Penelitian /judul	Motode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			dan menerapkan promo Strategi peningkatan usaha yang dilakukan telah sesuai dengan perspektif etika bisnis Islam.		peneliti melihat para pedagang di Pasar Rukoh Kota Banda Aceh.

## **2.6. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran peneliti merupakan dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi, dan kajian kepustakaan. Oleh karena itu kerangka berpikir menurut teori, dalil, atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian.

Pasar tradisional adalah tempat pasar yang di bangun dan dikelola oleh pemerintah. Pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunanya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka.

Pada akhir tahun 2019 ditemukan jenis virus baru yang dikenal dengan COVID-19, penyebaran virus ini sangat cepat hingga mencapai Indonesia pada awal tahun 2020 yang memberikan dampak bagi seluruh sektor. Bukan hanya pada kesehatan, akan

tetapi lambat-laun dampak adanya COVID-19 menjadi permasalahan kompleks yang berakibat pada masalah sosial, pendidikan, politik-keamanan dan ekonomi. Hal tersebut juga berdampak pada sektor ekonomi yang ada di Indonesia.

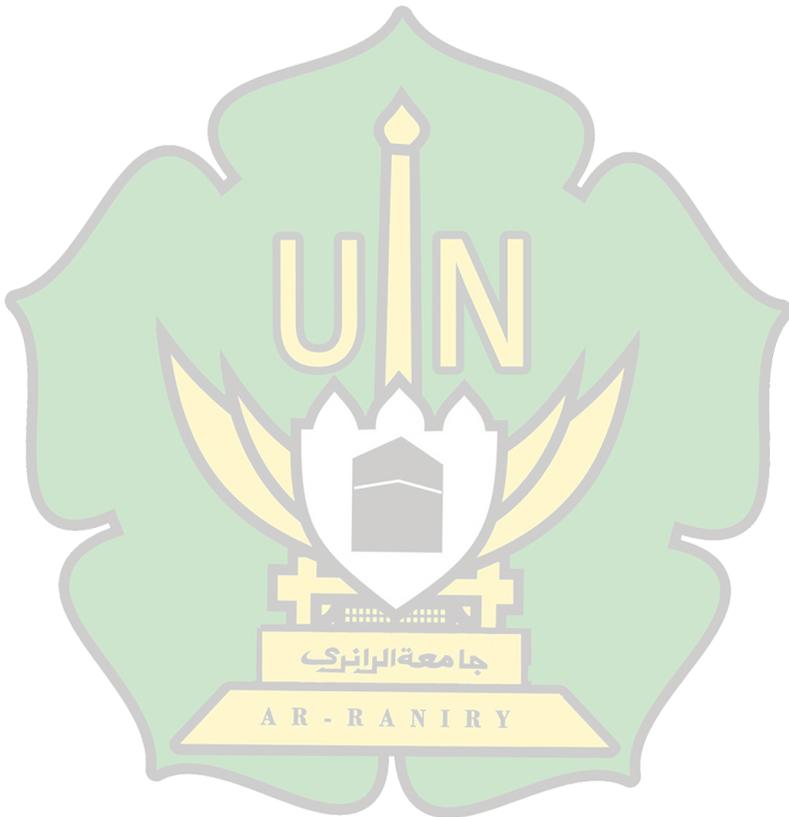
Pasar merupakan salah satu sektor perekonomian yang vital, dalam hal ini pasar juga mengalami permasalahan-permasalahan yang ditimbulkan karena pandemi COVID-19, salah satunya yakni ketidakstabilan perekonomian pasar hingga mempengaruhi naik turunnya pendapatan, modal belanja, pelanggan/pembeli, harga barang dan jumlah barang terjual bagi pedagang di pasar tradisional. Oleh karena itu diperlukan strategi dalam upaya mempertahankan usaha para pedagang pasar tradisional dalam menghadapi pandemi COVID-19.

Adapun konsep atau kerangka pemikiran dalam penelitian ini oleh peneliti dijabarkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Pemikiran**



Untuk melihat bagaimana pasar tradisional rukoh pada saat menghadapi kondisi Covid-19 dimana para pedagangnya banyak yang terkena dampak Covid-19, dan memikirkan strategi apa yang dilakukan untuk bertahan menghadapi dampak tersebut terhadap dagangannya.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung pada informan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi suatu unit social seperti halnya individu, kelompok, lembaga atau masyarakat (Suryabrata, 2010). Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan dengan metode penelitian deskriptif-kualitatif. Dimana dalam penelitian ini data yang terkumpul berbentuk kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Apabila angka, maka sifatnya hanya sebagai penunjang. Data yang diperoleh meliputi transkrip *interview*, catatan lapangan, foto, dokumen-dokumen, dan lain-lain (Danim, 2002). Dalam penelitian ini pembahasan difokuskan pada bagaimana strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional di masa pandemi Covid-19, ditinjau dari perspektif ekonomi Islam (Studi pada Pasar Tradisional Rukoh, Kecamatan Syiah Kuala, Kota Banda Aceh).

##### **3.1.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan di Pasar Tradisional Rukoh yang terletak di JL. Rukoh Utama (Jembatan Lamnyong), Banda Aceh, Aceh.

## 3.2 Subjek Dan Objek Penelitian

### 3.2.1 Subjek Penelitian

Menurut (Tohardi, 2019) subjek penelitian secara lebih spesifik dalam konteks penelitian adalah orang yang menjawab pertanyaan peneliti melalui wawancara, tanya jawab, atau dialog. Subjek dalam penelitian ini adalah pedagang dengan mengambil 10 pedagang dengan jenis dagangan yang berbeda serta 5 orang pengunjung atau pembeli di pasar Rukoh.

**Tabel 3.1**  
**Daftar pedagang di pasar tradisional Rukoh**

No	Jenis Dagangan	Jumlah Lapak
1	Pedagang Sayur	24
2	Pedagang Ayam	10
3	Pedagang Ikan	20
4	Pedagang Bumbu	4
Jumlah		58

Sumber: Pengelola pasar Rukoh (2023)

### 3.2.2 Objek Penelitian

Menurut Tohardi (2019, p. 497) objek penelitian adalah sasaran atau masalah yang akan diteliti. Yang menjadi objek yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah strategi bertahan pedagang pasar Tradisional Rukoh di masa pandemi Covid-19.

### 3.3 Sumber Data

Menurut (Sugiyono, 2018) data adalah keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui atau tanggapan. Atau suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode, dan lainnya.

Menurut (Moleong, 2006) sumber data penelitian kualitatif adalah tampilan yang berupa kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh peneliti, dan benda-benda yang diamati sedetailnya agar dapat ditangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya. Sumber data penelitian kualitatif secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua:

1. Menurut (Agung, 2012) data primer adalah data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yang bersumber dari jawaban lisan melalui wawancara. Sumber data ini yang pertama adalah petugas pasar Rukoh, perangkat desa Rukoh, pembeli di pasar Rukoh, dan tentunya pedagang di pasar Rukoh, dan sumber data yang diperoleh dari gambaran tentang kondisi langsung berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini tempat yang akan diteliti yaitu pasar tradisional Rukoh.
2. Menurut (Agung, 2012) data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang lain atau lembaga tertentu. Atau data primer yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik diagram, dan gambar. Proses pengumpulan data sekunder berasal dari

literatur, baik dari tulisan ataupun referensi yang relevan berupa buku, ataupun jurnal yang berkaitan dengan tema penelitian. Dalam penelitian ini penulis mengambil referensi dari beberapa jurnal yang berkaitan dengan strategi bertahan pedagang pasar tradisional, kemudian skripsi karya Azky Afidah serta dari buku metode penelitian menurut Sugiyono.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2018). Macam-macam teknik pengumpulan data:

#### **3.4.1 Observasi (Pengamatan)**

Observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat langsung kegiatan yang dilakukan. Observasi merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Dalam observasi partisipasi pengamat ikut serta dalam kegiatan yang sedang berlangsung. Dalam observasi nonpartisipasi pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan, tetapi hanya berperan sebagai pengamat (Sudaryono, 2018). Penulis mengunjungi pasar Rukoh untuk melihat kegiatan pedagang yang ada di pasar tradisional Desa Rukoh, Kecamatan Syiah Kuala, Kota Banda Aceh.

### **3.4.2 Wawancara**

Menurut (Sugiyono, 2018), wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam. Wawancara dilakukan untuk memperoleh keterangan, pendirian, pendapat secara lisan dari seseorang yang biasanya disebut informan dengan berbicara langsung dengan orang tersebut. Menurut (Mamik, 2011) wawancara atau interview dapat diartikan sebagai metode yang dipergunakan untuk memperoleh informasi dari informan secara langsung bertatap muka dengan. Dalam penelitian ini teknik wawancara yang digunakan yaitu wawancara terstruktur dimana peneliti membuat atau menyusun daftar pertanyaan yang dijadikan sebagai panduan dalam melakukan wawancara. Dalam penelitian ini wawancara terstruktur dilakukan secara tatap muka dengan pedagang dan pembeli pasar Rukoh, dan juga perangkat desa Rukoh. Wawancara ini sangat penting dilakukan karena tidak semua data dapat dikumpulkan hanya melalui observasi.

### **3.4.3 Dokumentasi**

Menurut (Sugiarto, 2015) dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mencari bukti-bukti dari sumber non-

manusia terkait dengan objek yang diteliti yang berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dalam penelitian ini peneliti akan mengumpulkan data-data berupa foto atau gambar pedagang pasar dalam upaya strategi bertahan yang dilakukan. Teknik dokumentasi akan digunakan untuk mencari data-data dalam bentuk dokumen atau arsip maupun gambar yang berkaitan dengan strategi bertahan pedagang pasar tradisional di masa pandemi Covid-19.

### **3.5 Metode Analisa Data**

Menurut (Sugiyono, 2018) analisis adalah proses pemecahan data menjadi komponen-komponen yang lebih kecil berdasarkan elemen dan struktur tertentu. Menurut (Moleong, 2006) analisis data kualitatif merupakan upaya yang dilakukan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikan, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Adapun tujuan analisis data kualitatif yaitu untuk mencari makna dibalik data yang melalui pengakuan subjek pelakunya. Peneliti dihadapkan kepada berbagai objek penelitian yang semuanya menghasilkan data yang membutuhkan analisis. Data yang didapat dari objek penelitian memiliki kaitan yang masih belum jelas. Oleh karena itu, analisis diperlukan untuk mengungkap kaitan tersebut secara jelas sehingga menjadi pemahaman umum.

### **3.5.1 Reduksi Data**

Menurut (Sugiyono, 2018) mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari dengan tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Reduksi data bisa dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi. Abstraksi adalah usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada dalam data penelitian. Dengan demikian, tujuan dari reduksi data ini merupakan untuk menyederhanakan data yang diperoleh selama penggalian data di lapangan. Prosesnya melalui penelitian di lapangan dengan perolehan sumber data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi mengenai strategi bertahan pedagang pasar tradisional di masa pandemi Covid-19.

### **3.5.2 Penyajian Data**

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melakukan penyajian data maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya sesuai apa yang didapatkan di lapangan. Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan. Pada tahap ini peneliti berupaya mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan yang diawali dengan pengkodean pada setiap sub pokok permasalahan. Langkah kedua

dalam analisis data ini, penyusun mendeskripsikan tentang gambaran kondisi pasar tradisional Rukoh apakah mengalami kenaikan atau penurunan pengunjung/ pembeli, bagaimana dampak dari adanya covid-19 ini bagi pedagang, serta bagaimana strategi-strategi yang dilakukan pedagang untuk tetap bertahan di masa pandemi Covid-19 ini.

### **3.5.3 Kesimpulan atau Verifikasi**

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Menurut (Siyoto, 2015) penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut. Kaitannya dengan bagaimana pedagang pasar tradisional bisa bertahan di masa pandemi covid-19, sebagaimana terdapat pada landasan teori, akan diidentifikasi melalui strategi bertahan melalui analisis deskriptif kualitatif. Analisis terhadap pedagang pasar dalam melakukan strategi bertahan dilihat pada kondisi pandemi Covid-19.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Pasar Tradisional Rukoh**

Penelitian ini dilakukan di kota Banda Aceh yaitu di pasar tradisional Rukoh kecamatan Syiah Kuala. Rukoh merupakan sebuah Desa dengan keadaan topografinya terdiri dari dataran yang padat penduduk dengan luas wilayah terdiri berdasarkan data tahun 2014 adalah 124,82 Ha. Letak Desa Rukoh dengan pusat kota Banda Aceh berkisar sekitar 7 km. hal ini mempermudah masyarakat sekitar untuk melakukan aktivitas sehari hari, baik dari segi administrasi maupun aktivitas dari segi ekonomi masyarakat sendiri.

Desa Rukoh terdiri dari 5 dusun yaitu, Dusun Lam Ara, Meunasah Tuha, Meunasah Baroe, Dusun Silang dan Lamnyong. Adapun batas-batas Desa Rukoh yaitu: sebelah Utara berbatasan dengan Desa Baet, sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Kopelma Darussalam, sebelah Barat berbatasan dengan Krueng Aceh, sebelah Timur berbatasan dengan Desa Blangkueng.

Pada umumnya penduduk Desa Rukoh berasal dari berbagai suku, salah satunya Aceh, namun ada juga sebagian kecil berasal dari suku Jawa yang merupakan pendatang yang menetap di Desa Rukoh untuk bekerja atau ikut suami/ istrinya yang sebagian besar penduduk asli Rukoh. Adapun jumlah penduduk di Desa Rukoh menurut profil Desa secara keseluruhan berjumlah 5.042

jiwa, yang terdiri dari 1.435 jumlah keluarga, dengan rincian berdasarkan jenis kelamin pria 2.348 jiwa dan jumlah wanita 2.199 jiwa.

Sebagian besar masyarakat Rukoh banyak yang berprofesi sebagai pegawai pemerintahan, pegawai swasta dan juga sebagai tenaga jasa dan buruh lepas yang didukung oleh letak geografis Desa Rukoh yang berada di pinggiran kota Banda Aceh, serta jarak yang begitu dekat dengan Universitas Islam Negeri Ar-raniry dan Universitas Syiah Kuala. ada juga sebagian wilayah Rukoh yang dipergunakan untuk lahan berinvestasi di bidang properti, dimana yang terlihat di Desa Rukoh begitu banyak rumah kontrakan maupun pertokoan yang disewakan oleh masyarakat Rukoh sendiri maupun investor dari luar.

Dari banyaknya Desa yang ada di Kecamatan Syiah Kuala, Desa Rukoh merupakan Desa yang tergolong padat penduduk, banyaknya orang luar yang tinggal di Desa Rukoh menyebabkan adanya perpaduan adat, bahasa, maupun budaya berbaur menjadi bagian dari masyarakat Rukoh. Desa Rukoh menjadi daya tarik sendiri bagi pendatang, dengan sikap yang ramah, bertoleransi, menegakkan dan menjunjung tinggi nilai-nilai syariat Islam. Selain berprofesi sebagai pegawai pemerintah, banyak juga masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang atau wiraswasta. Karena letak Desa Rukoh yang strategis membuat kondisi daerah tersebut selalu ramai dengan berbagai aktivitas masyarakat.

Kebudayaan dan adat istiadat merupakan dua hal yang sudah bersatu dan berpadu dalam kehidupan masyarakat. Kebudayaan merupakan perilaku manusia sebagai makhluk sosial yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam bertingkah laku, sedangkan adat istiadat kebiasaan turun-menurun yang telah menjadi tradisi atau ciri khas dalam suatu daerah atau masyarakat dan dilakukan secara berulang-ulang, seperti acara peutron aneuk yang dilakukan oleh masyarakat Rukoh untuk menyambut kelahiran bayi. Dan masih banyak lagi tradisi-tradisi yang masih sangat melekat di Desa Rukoh.

Pasar Rukoh kota Banda Aceh berdiri sejak 2008. Pasar Rukoh beberapa kali sudah berpindah tempat, awalnya berada dekat dengan dengan jembatan lamnyong, kemudian berpindah 200 meter ke arah jalan Rukoh utama. Walaupun sempat berpindah-pindah, tetapi dari segi barang yang dijual tidak mengalami perbedaan yang signifikan, justru terlihat bahwa pasar Rukoh mengalami peningkatan dari tahun ketahun.

Pasar Rukoh merupakan pasar tradisional yang paling sederhana, dimana dalam pasar Rukoh tidak terdapat peraturan yang begitu lelak, hanya saja terdapat beberapa peraturan antar pedagang saja. Hal ini membuat para penjual mudah untuk keluar masuk pasar. Di dalam aturan pasar tradisional sangat memungkinkan para pedagang untuk menjual barang yang sama, seperti sayur, ikan, dan kebutuhan rumah tangga lainnya.

#### 4.1.2 Struktur Organisasi

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Pasar Tradisional Rukoh**



Adapun peran organisasi pasar terhadap pelaku pasar yaitu dengan selalu memberikan himbauan kepada pedagang maupun pembeli untuk selalu jaga jarak dan memakai masker agar tetap selalu aman dan nyaman saat melakukan transaksi jual beli.

#### 4.2 Visi dan Misi

Visi dan misi BLUD UPTD pasar sesuai dengan visi dan misi kota Banda Aceh dimana dalam grand Strategi disebutkan bahwa meningkatkan mutu pelayanan kemasyarakatan yang sesuai dengan SPM. Pengembangan ini dijabarkan dalam visi dan misi BLUD UPTD Pasar.

- a. Visi : profesional dalam pelayanan dan pembenahan pasar menuju pasar yang sehat, bersih, nyaman.
- b. Misi :
  1. Meningkatkan pengembangan pasar kota Banda aceh

2. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mewujudkan sadar akan pasar yang berjiwa islami
3. Meningkatkan profesionalisme aparatur pasar dalam membina dan mengelola usaha di bidang pasar
4. Memberdayakan usaha di bidang pasar untuk dapat lebih berlandas pada sumber daya alam dan sumber daya manusia yang produktif
5. Menjadikan pasar sebagai salah satu sektor unggulan dalam menciptakan lapangan kerja dan usaha baru bagi masyarakat serta memperkenalkan Banda Aceh sebagai kota pasar yang modern.
6. Meningkatkan mutu dan pelayanan bagi pengelola usaha pemberdayaan pasar

#### **4.2.1 Arah kebijakan**

- a. Kebijakan umum : mewujudkan ketatalaksanaan pasar di wilayah kota Banda Aceh yang baik, rapi dan sesuai dengan visi misi Kota Banda Aceh sebagai Bandar Wisata Islami
- b. Kebijakan spesifik:
  - 1) Program peningkatan sarana dan prasarana pasar kota Banda Aceh
  - 2) Penataan sarana dan prasarana pasar Kota Banda Aceh

#### **4.2.2 Tujuan**

- a. Tujuan yang ingin dicapai oleh pasar secara umum adalah memberikan pelayanan yang inovatif baik secara administrative dan performasi menuju berkembangnya menjadi pasar yang modern.

b. Tujuan khusus:

1. Memberikan peluang dan perlindungan kepada pedagang kecil untuk menjalankan usahanya dalam rangka menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan.
2. Memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan pangan dan sandangnya dengan memperoleh barang yang berkualitas dan murah.
3. Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pedagang dalam memberikan pelayanan dan penyajian produk yang ditawarkan.
4. Realisasi pelaksanaan program dan kegiatan realisasi kegiatan terlihat dari jumlah layanan yang diberikan dan kebutuhan akan fasilitas layanan tercukupi.
5. Permasalahan dan solusi kebutuhan akan fasilitas serta tenaga BLUD UPTD pasar yang profesional dalam menunjang pelayanan belum mencukupi dimana luasnya pasar di kota Banda Aceh belum dapat dijangkau oleh pengelola pasar saat ini dengan keterbatasan pendanaan dan tenaga dilapangan sehingga menimbulkan masalah bagi pengelola BLUD UPTD pasar sendiri. Solusi adalah mencukupi semua kebutuhan dengan perencanaan yang matang serta meningkatkan biaya untuk pengadaan kebutuhan tersebut.

### 4.3 Deskripsi Informan

#### 4.3.1 Karakteristik Informan

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Informan**

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Status
1	Muhammad Akbar	35 tahun	Pedagang sayur	Menikah
2	Sabri	40 tahun	Pedagang sayur	Menikah
3	Cut Angkasa	32 tahun	Pedagang sayur	Menikah
4	Havis	27 tahun	Pedagang sayur	Single parent
5	Khaled	25 tahun	Pedagang sayur	Single parent
6	Kifli Yakup	50 tahun	Pedagang ikan	Menikah
7	Saidi	45 tahun	Pedagang ikan	Menikah
8	Mustafa	28 tahun	Pedagang ayam	Menikah
9	Fazza	23 tahun	Pedagang ayam	Single parent
10	Nurlela	52 tahun	Pedagang Bumbu	Menikah

**Tabel 4.1-Lanjutan**

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin
11	Iza	30	Perempuan
12	Ria (Arjunaini)	45	Perempuan
13	Nining	45	Perempuan
14	Opi	56	Perempuan
15	Putri Rahayu	23	Perempuan

Sumber : wawancara dengan informan, (2023)

**Tabel 4.2**  
**Tingkat Pendidikan Terakhir**

No	Nama	Pendidikan Terakhir
1	Muhammad Akbar	SMA
2	Sabri	SMP
3	Cut Angkasa	SMA
4	Havis	SMA
5	Khaled	SMA
6	Kifli Yakup	SMP
7	Saidi	SMP
8	Mustafa	SMA
9	Fazza	SMA
10	Nurlela	SMA
11	Iza	SMA
12	Ria	SMA
13	Nining	S1
14	Opi	S1
15	Putri Rahayu	S1

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa informan dalam penelitian ini rentang usia 23 -40 terdapat 9 (sembilan) orang, pada

rentang 41 – 56 terdapat 6 (enam) orang. rata-rata informan yang menjadi informan berusia pada rentang usia 23 – 40 tahun.

Selanjutnya pada tabel 4.2 dapat di lihat bahwa rata-rata pendidikan terakhir informan memiliki riwayat pendidikan tamatan SMA, terdapat 7 (Tujuh) orang yang memiliki riwayat pendidikan terakhir SMA, dan 3 (tiga) orang yang memiliki riwayat pendidikan terakhir SMP. Hal ini dapat dikatakan bahwa pendidikan para pedagang sudah tergolong baik. Pada Tabel 4.1 bagian Informan pembeli terdapat 2 (orang) yang memiliki riwayat pendidikan terakhir SMA dan 3 (orang) yang memiliki riwayat pendidikan terakhir lulusan sarjana.

#### **4.4 Deskripsi Hasil Penelitian**

##### **4.4.1 Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pedagang di Pasar Tradisional Rukoh**

Pandemi Covid-19 berdampak pada berbagai sektor seperti pariwisata, perekonomian, perdagangan dan investasi. Virus Covid-19 juga menimbulkan keterpurukan para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Upaya dalam pencegahan penyebaran Covid-19 beberapa dari pemerintah daerah membuat kebijakan untuk menutup pasar tradisional. Adanya kebijakan tersebut memberikan dampak negatif pada pedagang dikarenakan banyak pedagang yang tidak bisa berjualan. Sehingga pedagang menjadi rugi dan tidak mempunyai penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

pandemi Covid-19 juga memberikan pengaruh terhadap pasar tradisional Rukoh. Kondisi yang mereka alami berubah dari yang sebelumnya ramai oleh pembeli kini berbanding terbalik menjadi sepi pembeli. Oleh sebab itu banyak dari pedagang pasar Rukoh mengalami kerugian. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Sabri (Pedagang sembako) sebagai berikut:

*“Kalau kondisi pasar saat itu sepi, ada beberapa orang yang datang, kaya ibu-ibu yang berbelanja pagi, tapi gak serame sebelum ada corona.”*(Wawancara: Sabri, 2023)

Pak Sabri juga mengatakan bahwa selama pandemi pendapatannya menurun karena pasar yang sepi pembeli, beliau mengaku sebelum pandemi Covid pendapatannya bisa mencukupi kebutuhan sehari-hari. Namun di masa Covid semuanya menjadi serba susah. Dampak dari Covid-19 juga mempengaruhi aktivitas berdagangnya karna kebijakan dari pemerintah untuk tetap menjaga jarak dan pembatasan waktu kerja.

Hal yang sama juga disampaikan oleh pedagang ikan yang bernama pak Saidi sebagai berikut:

*” Kami tahu ada pandemi covid. Karena semenjak ada covid pun dimana-mana sepi. Pasar pun ikut sepi. Karena orang-orang takut buat keluar rumah.”* (Wawancara: Saidi, 2023)

Selain itu, dampak dari Covid-19 juga dirasakan oleh pedagang ayam yang bernama pak Mustafa sebagai berikut:

*“kondisi pasar saat itu sepi karena banyak orang takut ke pasar.”* (Wawancara: Mustafa, 2023)

Begitupun yang disampaikan oleh pedagang bumbu di pasar Rukoh yakni ibu Nurlela, berikut pemaparannya:

*“Pas ada corona pasar pembelinya jadi sangat berkurang”*  
(Wawancara: Nurlela, 2023)

Dari beberapa keterangan di atas, baik dari pedagang sembako, pedagang ikan, ayam, dan bumbu, mereka sama-sama merasakan dari dampak Covid-19, yaitu kondisi pasar yang menjadi sepi. Penurunan jumlah pengunjung membuat perekonomian pasar menjadi buruk. bukan hanya pedagang yang merasakan dampak dari Covid-19, namun hal tersebut juga dirasakan oleh seluruh masyarakat pada umumnya sehingga menyebabkan dampak besar bagi perekonomian.

Penulis juga mewawancarai beberapa pembeli di pasar Rukoh untuk mendapatkan informasi dari sisi pengunjung. Salah satunya yaitu Ibu Iza (pembeli di pasar Rukoh) sebagai berikut:

*“selama Covid saya jarang belanja di pasar, kalo ada juga seminggu sekali itu bergantian sama suami, kalau saya yang kepasar suami yang jaga anak, kalau suami yang kepasar saya yang jaga anak.”* (Wawancara: Iza, 2023)

Ibu Iza mengatakan bahwa dirinya ke pasar seminggu sekali dengan selalu mematuhi protokol kesehatan, beliau juga mengatakan bahwa dirinya dan suaminya selalu bergantian ke pasar, bahkan terkadang beliau lebih memilih belanja kebutuhan ke penjual dekat rumah untuk mencari aman. Menurutnya barang yang dibutuhkan

sama aja dengan yang ada di pasar, hanya saja harganya relatif lebih mahal daripada yang di pasar.

Begitupun hal yang sama juga disampaikan oleh ibu Ria sebagai berikut:

*“Jarang, tapi bukan gak pernah.”*(Wawancara: Ria,2023)

Begitu juga dengan ibu Nining yang mengatakan sebagai berikut:

*“Ada, tapi gak sering saya ke pasar.”* (Wawancara: Nining,2023)

Ibu Nining mengaku bahwa dirinya ke pasar bisa dua kali dalam seminggu, dalam berbelanja ibu Nining langsung dalam ukuran yang banyak, alasannya agar bisa menstok barang untuk beberapa hari kedepan. Hal yang sama juga disampaikan oleh ibu Opi yang jarang ke pasar selama masa Covid-19 karna takut tertular. Oleh karena itu, beliau lebih sering berbelanja online untuk mencari aman.

Hal tersebut juga diperkuat oleh kak Putri Rahayu pengunjung di pasar Rukoh sebagai berikut:

*“Sebelum Covid saya sering belanja ke pasar, terus kalau pas Covid udah jarang karna untuk kemana-mana juga susah kan harus pakai masker terus jaga jarak, jadi pas Covid saya lebih milih beli makanan yang udah jadi.”* (Wawancara: Putri Rahayu,2023)

Dari pemaparan beberapa informan (pengunjung) diatas dapat diketahui bahwa di masa Covid-19 banyak pembeli yang jarang berbelanja ke pasar karena takut terpapar Covid-19. Bahkan beberapa dari mereka lebih memilih berbelanja online untuk mencari keamanan. Temuan dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa mereka melakukan pembelian dalam jumlah banyak. Hal tersebut dilakukan agar meminimalisasi frekuensi berpergian ke luar rumah, terlebih dengan adanya peraturan dari pemerintah menyebabkan orang-orang menjadi susah untuk keluar rumah.

**Tabel 4.3**  
**Perbandingan pendapatan pedagang sebelum dan di masa pandemi Covid-19**

No	Nama	Jenis dagangan	Pendapatan sebelum pandemi Covid-19 (dalam sehari)	Pendapatan di masa pandemi Covid-19 (dalam sehari)
1	Muhammad Akbar	Sembako	500.000 – 1.000.000	300.000
2	Sabri	Sembako	800.000 – 1.500.000	650.000 – 1.000.000
3	Cut Angkasa	Sembako	1.500.000 – 3.000.000	1.000.000 – 1.500.000
4	Havis	Sembako	3.000.000 – 5.000.000	1.000.000 – 2.500.000
5	Khaled	Sembako	800.000 – 1.500.000	400.000 - 700.000
6	Kifli Yakup	Ikan	200.000	80.000 – 100.000
7	Saidi	Ikan	500.000 – 800.000	400.000 – 500.000
8	Mustafa	Ayam	900.000 – 1.000.000	500.000
9	Fazza	Ayam	1.000.000 – 1.500.000	300.000 – 500.000
10	Nurlela	Bumbu	700.000	300.000

#### 4.4.2 Strategi bertahan pedagang pasar tradisional Rukoh di masa pandemi Covid-19

Dengan pendapatan yang semakin menurun dan kebutuhan yang selalu yang semakin hari semakin bertambah membuat para pedagang harus memikirkan bagaimana cara mereka bisa bertahan untuk menghasilkan pendapatan di tengah masa pandemi covid-19. Beberapa strategi bertahan dilakukan oleh pedagang pasar Rukoh diantaranya yaitu:

##### a. Strategi aktif

Strategi aktif adalah strategi bertahan hidup yang dilakukan dengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki (Ginawawati, 2013). Dalam penelitian yang telah dilakukan ada beberapa macam strategi yang dilakukan oleh pedagang pasar Rukoh. Salah satunya adalah meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh Pak Akbar selaku pedagang sembako di pasar Rukoh sebagai berikut:

*“Saya selalu bilang sama karyawan untuk bekerja lebih keras lagi, terus kalau melayani pembeli juga harus baik, karna menurut saya itu bisa buat pembeli tu merasa senang dan puas sehingga bisa jadi langganan banyak orang, jumlah karyawan saya juga masih sama, gak ada yang saya pecat karna kan kasian kalau mereka dipecat apalagi di masa pandemi, tapi cuman gaji aja yang saya kurangi, yang biasanya lebih banyak tapi pas covid saya kurangi, karna pendapatan kami pun menurun. Dan alhamdulillah efektif, walaupun pendapatannya*

*gak kaya dulu sebelum pandemi, tapi bisalah untuk makan sehari-hari”.* (Wawancara: Akbar, 2023)

Keterangan di atas menunjukkan bahwa pak Akbar menghimbau kepada karyawannya untuk bekerja lebih keras lagi dan selalu baik dalam melayani pembeli. Selain itu, beliau juga memberikan fasilitas berupa jasa antar barang yang dapat di akses melalui whatsapp atau nomor telpon. Menurutya dengan melakukan hal tersebut dapat membuat pembeli merasa senang dan puas sehingga akan menjadi langganan banyak orang, pak Akbar juga mengatakan bahwa dirinya tidak mengurangi jumlah karyawan yang ada karena merasa kasihan dengan mereka jika harus diberhentikan apalagi di masa pandemi, hanya saja gaji yang diterima karyawan biasanya lebih besar tetapi dimasa pandemi dikurangkan karena pendapatan yang turun.

Selain meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas barang juga harus dijaga, hal ini sebagaimana seperti yang dilakukan oleh pak Havis pedagang sembako sebagai berikut:

*“Untuk meningkatkan pendapatan kami menjual barang sesuai seperti yang dibutuhkan pembeli, dengan cara itu pun kualitas barang terjaga, kami juga terima sistem antar gratis kalau ada pembeli yang belanja dengan minimal pembelian, kadang juga kami kasih diskon atau potongan harga untuk pembeli yang udah jadi langganan di kami.”.* (Wawancara: Havis, 2023)

Dari keterangan di atas menunjukkan bahwa mereka menjual barang sesuai dengan yang dibutuhkan pembeli sehingga kualitas barang tetap terjaga. Pak Havis juga mengatakan bahwa dirinya menerima sistem antar gratis dengan minimal pembelian. Bahkan terkadang ada potongan harga atau pemberian diskon bagi pembeli yang selalu berlangganan di tokonya.

Untuk pemasok barang beliau mengaku bahwa dalam menerima barang ada sedikit hambatan seperti barang yang terlambat diterima dikarenakan barang tersebut merupakan barang yang diambil dari luar daerah, selain itu dengan adanya kebijakan pemerintah yang menerapkan sistem lockdown membuat waktu dan biaya pun ikut berpengaruh dalam pengiriman barang.

Dalam Islam seorang muslim ketika menjalankan setiap pekerjaan haruslah bersungguh-sungguh dan penuh semangat. Dengan kata lain, harus dengan etos kerja yang tinggi. Allah SWT dan Rasulullah SAW sangat menyukai setiap muslim yang rajin bekerja keras atau mempunyai etos kerja yang tinggi dan mendoakan keberkahan untuknya. Seperti pada Hadist Nabi SAW berikut:

*“sesungguhnya, Allah Ta’ala senang melihat hamba-Nya bersusah payah (kelelahan) dalam mencari rezeki yang halal.” (HR. Ad-Dailami)*

Hadist tersebut menjelaskan bahwa Allah menyukai seseorang yang bekerja keras dan giat dalam melakukan pekerjaannya. Islam juga menjelaskan bahwa bekerja dengan sungguh-sungguh menurut

sejumlah hadist bahkan dapat menghapus dosa yang tidak bisa dihapus oleh aktivitas ibadah ritual sekalipun.

Selain dari dorongan ibadah, seorang muslim juga dapat bekerja keras karena adanya keinginan memperoleh imbalan atau penghargaan (*reward*) materiil dan nonmateriil seperti gaji atau penghasilan, karier dan kedudukan yang lebih baik serta pujian, dan sebagainya. Diperoleh juga seorang muslim bekerja keras karena dia khawatir terhadap hukuman (*punishment*) yang akan diterima, baik hukuman tersebut berupa penghasilan yang berkurang, karier yang mandek, maupun jabatan yang rendah. Semuanya ini boleh dilaksanakan selama sesuai dengan ketentuan syariat Islam dan motivasi utama diaa bekerja keras adalah karena melaksanakan perintah Allah SWT dan Rasulnya (Yusanto & Widjajakusuma, 2002).

Strategi aktif selanjutnya yaitu dalam penempatan harga dilakukan oleh pedagang ayam yaitu bapak Mustafa sebagai berikut:

*“Untuk meningkatkan pendapatan saya selalu lihat kualitas daging ayam yang akan saya jual, untuk harganya pun saya gak ambil banyak keuntungan saya jual, harga ayam itu menurut dari kualitas ayamnya, liat besar kecilnya ayam, kalau di jual harga mahal pembeli juga banyak yang gak mau, saya juga dibantu sama keluarga dengan jualan ayam dirumah, jadi tetangga atau pembeli yang sudah tau rumah saya bisa langsung kerumah aja, karna kan banyak orang yang takut kepasar, terus saya juga terima pesanan antar gratis untuk pembeli yang udah*

*berlangganan, alhamdulillah cara ini bisa membantu saya”.*

(Wawancara: Mustafa, 2023)

Dari keterangan di atas pak Mustafa mengatakan bahwa ia selalu melihat kualitas daging ayam yang akan di jualkan, selain melihat kualitas daging ayam, beliau juga jujur dalam penepatan harga yaitu tidak mengambil keuntungan yang banyak, selain itu beliau juga dibantu oleh keluarga dengan tetap berjualan ayam dirumah. Jadi tetangga dan pembeli yang sudah tau rumah beliau bisa langsung kerumah untuk membeli daging ayam. Selain itu, beliau juga menerima sistem antar gratis untuk pelanggan tetap dimana bisa langsung menghubungi beliau untuk melakukan pemesanan (Mustafa, 2023)

Dari uraian di atas dapat dilihat bahwa strategi aktif adalah strategi yang paling sering dilakukan dan menjadi strategi utama pedagang dalam melakukan kegiatan jual beli untuk bisa bertahan di masa pandemi covid-19. Strategi ini merupakan segala usaha dan upaya yang dilakukan dengan segala cara/ kreativitas agar pedagang tetap memiliki penghasilan di masa pandemi, salah satunya dengan tetap menjaga pelayanan yang baik terhadap pembeli, menjaga kualitas dagangan serta membuat tempat atau lapak dagangannya untuk terlihat selalu bersih. Selain itu dengan adanya bantuan dari keluarga misalnya bantuan dari istri atau suami dan anaknya dalam berdagang.

## b. Strategi Pasif

Strategi pasif merupakan strategi bertahan hidup yang dilakukan dengan cara meminimalisir pengeluaran keluarga sebagaimana pendapat (Suharto, 2009) dalam (Ginawawati, 2013) yang menyatakan bahwa strategi pasif adalah strategi bertahan hidup dengan cara mengurangi pengeluaran (misalnya untuk sandang, pangan, pendidikan dan sebagainya). Seperti wawancara yang telah dilakukan dengan salah satu pedagang sembako bernama pak cut sebagai berikut:

*“Cara mengoptimalkan penjualan pada masa itu, kami mengurangi jumlah persediaan barang dagangan dan menghabiskan stok barang yang tersedia terlebih dahulu, Ketika barangnya tersisa sedikit, baru kami menyetok barang-barang baru. Jadi kami bisa meminimalisir kerugian yang akan terjadi. Menurut kami cara itu efektif bahkan sampai sekarang masih kami terapkan dalam berdagang.”* (Wawancara: Cut, 2023)

Dari keterangan di atas mengatakan bahwa pak Cut mengaku mengalami penurunan pendapatan di masa pandemi, sehingga ia mengambil keputusan untuk mengurangi jumlah persediaan barang dagangannya dan menghabiskan stok barang terlebih dahulu. Ketika barangnya tinggal sedikit baru beliau menyetok barang-barang baru. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kerugian akibat jumlah

pembeli yang berkurang. Menurutnya hal ini efektif dilakukan dan masih diterapkan sampai sekarang dalam berdagang (Cut, 2023)

Hal yang sama yang dilakukan oleh pedagang ikan bernama bapak Saidi Sebagai berikut:

*“Di masa pandemi pendapatan saya menurun drastis, untuk meningkatkan pendapatan saya mengurangi jumlah ikan yang akan saya jual, biar gak banyak ruginya karna selama pandemi gak banyak pembeli, alhamdulillah cara ini efektif, walaupun pendapatannya gak seberapa tapi kerugiannya pun gak terlalu banyak.”* (Wawancara: Saidi, 2023)

Keterangan di atas mengatakan bahwa di masa pandemi pak saidi mengalami penurunan pendapatan, untuk meningkatkannya pak Saidi mengurangi jumlah ikan yang akan dijual. Hal tersebut dilakukan untuk meminimalisir kerugian, dikarenakan selama pandemi pasar yang sepi pembeli. Beliau mengatakan cara tersebut efektif dilakukan walaupun pendapatannya tidak seberapa namun kerugiannya pun tidak terlalu banyak.

Ternyata masih banyak pedagang yang melakukan strategi tersebut seperti pedagang yang menjual sayur, tomat, cabai, tampe, tahu. Alasannya pun sama yaitu untuk menghindari kerugian karena barang yang mereka jual tergolong produk yang tidak bertahan lama sehingga alternatif yang dipilih adalah mengurangi persediaan dagangan. Akan tetapi ada beberapa pedagang yang selain mengurangi barang dagangan mereka juga menerima sistem antar

gratis seperti pedagang sembako yang bernama pak Khaled sebagai berikut:

*“Untuk meningkatkan pendapatan kam terima sistem antar gratis kalau ada pembeli yang belanja dengan minimal pembelian, kadang juga kami kasih diskon atau potongan harga untuk pembeli yang udah jadi langganan di kami.”* (Wawancara: Khaled, 2023)

Dari hasil wawancara dengan pak Khaled beliau mengatakan bahwa untuk meningkatkan pendapatan beliau menerima sistem antar gratis jika ada pembeli yang berbelanja dengan minimal pembelian, beliau juga tidak segan-segan memberi diskon dan potongan harga kepada pembeli yang sudah berlangganan padanya.

Selain itu ada pula pedagang yang melakukan pengurangan karyawan. Hal ini dilakukan supaya pedagang tidak perlu mengeluarkan biaya lebih untuk membayar gaji karyawan sedangkan pendapatan mereka semakin menurun. Seperti yang dilakukan oleh pak Sabri pedagang sembako sebagai berikut:

*“Pas pandemi kemarin saya terpaksa harus pecat satu karyawan, karna pendapatan menurun, rasanya agak berat pas gaji nanti kan, sebelumnya punya dua karyawan, saya pecat satu karna pun pasar sepi, saya pikir cukup satu orang aja yang bekerja untuk bantu saya, tapi saya tetap liat-liat juga karyawan mana yang memang bisa saya ajak bekerja, kalau malas kan buat apa, yang ada orang-orang jadi gak mau beli. Alhamdulillah ya,*

*walaupun gak banyak tapi cukup untuk gaji karyawan sama kebutuhan sehari-hari.” (Wawancara: Sabri, 2023)*

Dari hasil wawancara dengan pak Sabri ia mengatakan bahwa jika sebelumnya ia mempunyai dua karyawan, sekarang terpaksa harus memberhentikan salah satu karyawan. Karena menurutnya dengan kondisi pasar yang sepi ini satu karyawan sudah cukup membantunya dalam berjualan, meski begitu dia tetap memilih karyawan yang paling rajin dan giat ketika berjualan, karena menurutnya karyawan yang baik berpengaruh juga dalam kenyamanan pelanggan dan tentunya pendapatan.

Dari hasil pemaparan di atas, maka dapat dilihat bahwa strategi pasif merupakan strategi kedua yang bisa dilakukan oleh para pedagang yaitu dengan cara mengurangi persediaan barang dagangan, mengurangi kuantitas barang tetapi tetap dengan harga yang sama, dan lain sebagainya.

#### c. Strategi Jaringan

Strategi jaringan adalah strategi yang dilakukan dengan cara memanfaatkan jaringan sosial (Ginawawati, 2013). Strategi ini memanfaatkan hubungan contohnya hubungan yang baik antara pedagang dan pembeli. Hubungan yang baik antara keduanya membuat pembeli menjadi langganan tetap bagi beberapa pedagang. Hal ini sebagaimana yang dilakukan oleh ibu Nurlela yang berjualan bumbu sebagai berikut:

*“Walaupun di masa pandemi kemarin sepi pembeli, pendapatan juga menurun, terus biasanya banyak anak kuliah yang*

*belanja bumbu, tapi karna pandemi jadinya belajar online, alhamdulillah saya memiliki beberapa pelanggan tetap membuat saya bisa bertahan sampai saat ini, karena adanya pelanggan tetap alhamdulillah cukup untuk jajan anak sama makan sehari-sehari.” (Wawancara: Nurlela,2023)*

Dari keterangan diatas buk Nurlela mengaku bahwa dirinya memiliki beberapa pelanggan tetap yang membuatnya bisa bertahan sampai saat ini. Walaupun di masa pandemi membuat pendapatannya menurun drastis.

Adapun beberapa pedagang menerapkan strategi jaringan dengan cara memanfaatkan sosial media. Mereka mempromosikan barangnya melalui media sosial seperti *WhatsApp*. Seperti strategi yang dilakukan oleh pak Kifli yang berjualan ikan.

*“Selama pandemi pendapatan saya jadi menurun karna sepi pembeli, biasanya ada mahasiswa yang beli ikan apalagi kalau hari minggu gitu kan libur itu banyak mahasiswa yang belanja, tapi selama pandemi udah berkurang, kadang pagi kalau ada ibu-ibu yang datang ada satu dua orang, pas Covid kemarin selama berjualan saya juga pakai WA buat terima pesanan ikan yang di pesan sama pembeli, karna selama pandemi orang-orang jadi takut datang ke pasar kan, walaupun gak banyak, tapi alhamdulillah cara itu bisa membantu.”(Wawancara: Kifli, 2023)*

Pak Kifli mengatakan bahwa ia memanfaatkan aplikasi *WhatsApp* untuk menerima pesanan barang yang dibutuhkan

pembeli. Ia mengaku selama pandemi mengalami penurunan yang sangat memprihatinkan, pembeli menjadi sepi karena sistem belajar mahasiswa yang didaringkan. Hanya saja beberapa ibu-ibu saja yang berbelanja di pagi hari, dan Strategi ini dilakukan agar ia tetap bisa bertahan di masa pandemi.

Di pasar Rukoh sudah ada beberapa pedagang yang memanfaatkan kemajuan teknologi dengan memasarkan produknya secara online atau melalui sosia media, kebanyakan dari mereka adalah pedagang dari kalangan yang masih muda. Ada juga beberapa pedagang yang dengan usia yang sudah lanjut memanfaatkan penjualan melalui online tetapi dengan bantuan keluarga seperti anaknya.

Teknologi dikembangkan berguna untuk memberikan kemudahan kelangsungan hidup manusia, dengannya kehidupan manusia lebih maju dan dianamis. Allah berfirman dalam QS. An-Nisa ayat 29:

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan keridhaan diantara kamu.”*

Ayat di atas menunjukkan bahwa Allah SWT tidak mengharamkan bentuk-bentuk dagang kecuali yang terindikasi dengan kezaliman, curang, dan segala yang dilarang dalam Islam, dengan demikian adanya keluasaan bagi setiap muslim untuk melakukan inovasi dalam jaul beli selama tidak melanggar dan menimbulkan *mafsadah* bagi orang lain.

Ilmu pengetahuan dan teknologi sejatinya selalu berkembang seiring jalannya zaman, lahirnya model dan penemuan baru merupakan buah hasil bacaan dan kajian yang dilakukan oleh manusia untuk mewujudkan kehidupan lebih baik. Hal yang dapat menyempurnakan kemaslahatan adalah impian seluruh umat, dimana di dalamnya adalah efisiensi, kecepatan, terampil, kreatif, dan inovatif sehingga seluruh kebutuhan dapat didistribusi secara cepat dan tepat (Yusuf, 2019).

Selain memanfaatkan teknologi, pedagang pasar Rukoh juga bekerja sama dengan tukang ojek, dengan cara pedagang meminta bantuan ojek untuk mengantar pesanan kepada pembeli yang melakukan pembelian secara *online*. Hal ini seperti yang dilakukan oleh pedagang ayam pak Fazza sebagai berikut:

*“Untuk mengoptimalkan penjualan saat masa Covid kami ada bekerja sama dengan para ojek-ojek online. Kami menerima pesanan pembeli melalui telfon maupun WA, kemudian kami menghubungi ojek untuk mengantarkan pesanan tersebut. Jadi memudahkan para pembeli tanpa harus keluar rumah. Alhamdulillah cukup efektif, karena dengan sistem seperti itu pelanggan pun jadi bertambah. Dan sampai sekarang pun masih kami masih menggunakan upaya tersebut.”*

(Wawancara: Fazza, 2023)

Dari keterangan diatas pak Fazza mengatakan bahwa selama masa Covid beliau bekerja sama dengan para ojek online. beliau menerima setiap pesanan pembeli melalui via telfon dan whatshaap,

kemudian menghubungi para ojek online untuk mengantar pesanan tersebut. Menurutnya hal ini dapat memudahkan para pembeli. Ia mengaku bahwa cara ini efektif dan membuat pelanggan jadi bertambah, dan sampai sekarang beliau masih menggunakan cara tersebut.

Kemudian strategi jaringan lain yang dilakukan pedagang pasar Rukoh yaitu membolehkan pembeli untuk mendatangi rumah si pedagang untuk membeli barang yang mereka butuhkan, diantaranya ayam potong dan ikan. Tentunya diperuntukkan bagi pembeli yang sudah mengenal dan tau alamat si pedagang tersebut. Itulah manfaat dari hubungan yang terjalin dengan pembeli.

Di dalam Islam hubungan bisa terjalin karena adanya silaturahmi, silaturahmi tersebut merupakan salah satu cara untuk membuat rezeki selalu mengalir. Seperti dalam Hadist Rasulullah SAW, riwayat Anas bin Malik.

*“Aku mendengar Rasulullah bersabda: ‘Siapa yang ingin diluaskan rizkinya dan panjangkan umurnya, hendaklah ia menyambung silaturahmi.’”*

Hadist tersebut menjelaskan bahwa jika ingin kita selalu mengalir hendaknya kita saling berhubungan baik dengan orang lain yakni dengan silaturahmi. Di pasar, hubungan seorang pedagang dengan pembeli tentu harus baik, dimana hal ini dilakukan agar bisa saling menguntungkan diantara keduanya, apalagi di masa pandemi seperti sekarang ini.

Dari penjabaran di atas, dapat dikatakan bahwa strategi jaringan adalah strategi yang digunakan selanjutnya jika strategi sebelumnya masih belum bisa untuk mengatasi masalah yang dihadapi.

Dari berbagai macam strategi diatas dapat diketahui bahwa pedagang pasar Rukoh telah melakukan cara untuk tetap bertahan di masa pandemi Covid-19. Pandemi ini adalah musibah yang terjadi tidak hanya di Indonesia saja namun juga di beberapa negara lainnya. Sebagai umat muslim kita harus menerimanya dengan ikhlas karena sesungguhnya Allah SWT tidak akan memberikan cobaan atau ujian melebihi kemampuan hamba-Nya. Seperti dalam QS. Al-Baqarah ayat 286 yang artinya:

*“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan dia mendapat (siksa) dari kejahatan yang diperbuatnya. “ QS. Al-Baqarah: 286*

Ujian merupakan cara-Nya mengasihi hamba-Nya yang beriman, bahwa hidup sejatinya mendekatkan diri kepada-Nya. Pun mensyukuri setiap nikmat-Nya. Ujian bukan berarti suatu kebencian dari Allah. Tapi, ujian ialah tolak ukur iman seseorang. Jika manusia semakin dekat dengan Allah ketika mendapat ujian, maka imannya bertambah. Jika sebaliknya, maka iman yang dimiliki belum terlalu kuat. Yakinlah, bahwa Dia tidak akan memberikan ujian melebihi batas kemampuan. Jika ujian itu datang menghampiri, berarti cinta-

Nya pun datang menghampiri. Jangan pernah ragu, karena Allah selalu menyertai orang-orang yang sabar (Al-Munawwar, 2017)

#### **4.4.3 Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional Rukoh di Masa Pandemi COVID-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam**

Dampak dari pandemi Covid-19 ini sangat mempengaruhi perekonomian global. Tentu hal yang sama juga dirasakan oleh masyarakat Rukoh. Pedagang di pasar rukoh juga mengalami kesusahan, namun di kondisi saat ini pedagang harus sabar dan tetap berusaha dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Para pedagang harus sabar dalam kerugian dan penurunan pendapatan yang mereka alami. Mempertahankan usaha di kondisi pandemi Covid-19 tentu sangatlah sulit, namun pedagang harus tetap berikhtiar dan berusaha semaksimal mungkin dalam mempertahankan pendapatannya.

Ekonomi Islam mengatur tentang perilaku manusia yang berhubungan dengan aktivitas ekonomi. Islam selalu menekankan agar setiap orang mencari nafkah dengan halal. Berbagai strategi dilakukan untuk mempertahankan keberlangsungan suatu usaha yang mana dalam penelitian ini dikaitkan dengan strategi manajemen pemasaran. Namun, dari semua strategi yang telah dilakukan oleh pedagang Rukoh, maka perlu dilihat bagaimana strategi manajemen pemasaran dalam perspektif ekonomi Islam.

#### **4.4.4 Strategi Bertahan dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Strategi manajemen pemasaran menurut bauran pemasaran atau *marketing mix* ditinjau dari perspektif ekonomi Islam sebagai berikut:

a. *Product* (Produk)

Dalam perspektif ekonomi Islam, produk dikatakan baik apabila berasal dari bahan yang baik, diperoleh dengan cara yang baik, dan diolah dengan cara yang baik pula. Islam menekankan dalam memproduksi suatu produk tidak hanya memperhatikan darimana asalnya, bagaimana cara memperolehnya dan bagaimana cara mengolah tetapi juga memanfaatkan menekankan manfaat diproduksinya produk tersebut. Dalam perspektif pemasaran Islam, produk akan mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui lima prinsip, yaitu keabsahan (halal), kemurnia (*thayyib*), *deliverybility* yang dalam hal penjual hanya boleh menjanjikan produk yang dapat dipastikan ketersediaanya, *Precise determination* yang meliputi jumlah tepat dan kualitas produk yang sesuai, dan kesucian produk.

Berdasarkan rukun jual beli dalam Islam, semua pedagang pasar Rukoh sudah memenuhi rukun jual beli, yaitu adanya penjual dan pembeli, adanya harga barang, serta ijab kabul atau akad kesepakatan antara penjual dan pembeli. Adapun syarat jual beli dalam Islam sudah terpenuhi seperti menjual barang dagangan yang halal, kebebasan memilih (*khiyar*), tidak melakukan penipuan dan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

*b. Price ( Harga)*

Dalam penepatan harga, pedagang pasar Rukoh telah menetapkan harga dengan adil dan berbagai pertimbangan. Dalam menetapkan harga ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan seperti harga modal dan kualitas barang dimana pada masa pandemi harga modal melambung tinggi sedangkan pendapatan yang didapatkan rendah. Dengan berbagai pertimbangan tersebut terlihat bahwa para pedagang tidak berlaku semena-mena dalam menetapkan harga untuk mendapatkan keuntungan terlebih pada masa pandemi dimana keuntungan para pedagang yang menurun drastis. Harga yang di tawarkan para pedagang di pasar Rukoh telah sesuai dengan kualitas barang sehingga dalam penepatannya telah sesuai dengan syariat Islam.

Dalam Islam, diperbolehkan memberikan tambahan harga untuk suatu barang dagangan dengan syarat tidak melanggar syariat Islam. Sebagian besar ulama menetapkan batasan dalam mengambil keuntungan adalah sepertiga dari modal. Walaupun di masa pandemi para pedagang mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis, namun mereka tetap berlaku adil dalam mengambil keuntungan. Hal tersebut terlihat bahwa para pedagang telah menerapkan nilai-nilai Islam dalam berdagang dengan mengambil keuntungan dalam batas sewajarnya. Para pedagang hanya mengambil sedikit keuntungan dengan

tujuan barang dagangan lebih cepat laku karena pembeli yang sepi pada masa Covid-19 dan agar perputaran uang lebih efisien. Harga yang ditetapkan oleh para pedagang pasar Rukoh sesuai dengan kualitas barang dan harga pasar serta kesepakatan bersama kedua belah pihak melalui tawar-menawar.

c. *Promotion* (Promosi)

Promosi dalam Islam bertujuan untuk menghilangkan praktik penipuan dan perlakuan tidak adil yang membuat pembeli menjadi rugi. Praktik promosi dalam Islam dilarang memberikan informasi yang melebih-lebihkan. Yang menjadi bagian utama dalam proses promosi adalah memberikan penjelasan atau informasi apa adanya mengenai barang yang dijual. Karena jika dilakukan dengan penuh kepalsuan maka dapat menyesatkan dan merugikan pembeli. Jika pembeli itu menyadari akan kebohongan suatu barang, maka secara pasti mereka akan meninggalkannya. Akibatnya, pedagang itu sendiri akan mengalami penurunan dan keuntungan pun akan semakin kecil.

Promosi yang dilakukan para pedagang di pasar Rukoh di masa Pandemi yaitu promosi langsung di toko dan promosi melalui media sosial. Para pedagang langsung mempromosikan barangnya dengan memberitahukan secara jelas mengenai kondisi barang dagangannya baik itu keunggulan maupun kekurangan pada barang yang dijual.

Hal tersebut menjelaskan bahwa para pedagang di pasar Rukoh telah menerapkan sifat jujur dalam mempromosikan barang dagang tersebut.

Tujuan dari promosi adalah membuat pembeli tertarik dengan barang yang dijual. Namun, para pedagang juga tidak melakukan paksaan kepada pembeli untuk harus membeli barang dagangannya, karena jual beli dalam Islam itu harus berdasarkan suka sama suka atau kesepakatan dari dua belah pihak dan kebebasan memilih (*khiyar*).

Dalam mempromosikan barang dagangannya, para pedagang pasar Rukoh bersikap Komunikatif kepada pembelinya dengan bersikap ramah ke pembeli, seperti menanyakan barang bagaimana yang di inginkan pembeli, dan melayani pembeli dengan sabar sehingga pembeli juga merasa nyaman dalam berbelanja. Hal tersebut dikarenakan pelayanan yang baik kepada pembeli sangat penting untuk keberlangsungan usaha.

#### **4.4.5 Prinsip-Prinsip Yang di Terapkan Dalam Strategi Bertahan Menurut Ekonomi Islam**

Islam mengatur segala kehidupan manusia termasuk persoalam muamalah, ekonomi Islam tentu bisa dijadikan sebagai strategi bagi para pedagang pasar Tradisional Rukoh di kondisi pandemi Covid-19. Seperti dengan tetap meyakini adanya peranan Allah SWT yang mengatur semua yang terjadi di alam semesta ini. dengan mempercayakan semua permasalahan pada Allah SWT berarti kita telah memiliki *Tauhid* (keesaan Tuhan) yang menjadi

ajaran agama Islam dengan terus meyakini bahwa Allah SWT adalah sebaik-baiknya penolong manusia di kondisi apapun. Manusia yang telah yakin dengan ketetapan Allah SWT maka manusia akan mengiringi dengan *Nabuwwah* (kebaikan) dengan tetap bersabar dan berusaha semaksimal mungkin dan tetap berpegang teguh pada prinsip dan nilai agama Islam seperti sifat Rasulullah SWA dalam berdagang yang harus diteladani oleh manusia sebagai pelaku ekonomi dan bisnis. Diantara sifat-sifat tersebut yaitu *Shiddiq, Fathanah, Tabligh, Amanah*.

a. *Shiddiq* (Benar/jujur)

Kejujuran merupakan hal yang paling penting dalam berdagang sama halnya dengan sebuah kepercayaan yang tinggi nilainya dan yang telah diajarkan pada masa Rasulullah. Prinsip kejujuran sudah banyak dipahami dan di praktekkan oleh para pedagang di pasar tradisional Rukoh. Karena kejujuran memberikan banyak manfaat baik bagi para pedagang maupun pembeli. Tujuan dari berdagang bukan hanya ingin mencari keuntungan saja tetapi juga memberikan manfaat dan keuntungan bagi orang lain.

b. *Amanah* (Dipercaya)

Sifat amanah sangat berperan penting dalam kegiatan ekonomi dan bisnis, karena sifat amanah ini jika dikembangkan akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab. Tanpa kredibilitas dan tanggung jawab maka kehidupan ekonomi dan bisnis manusia akan runtuh. Maka sikap

amanah juga dijadikan sebagai strategi bertahan para pedagang di tengah kondisi pandemi Covid-19. Selain itu, pedagang juga memahami bahwa sikap amanah ini merupakan salah satu bentuk etika yang harus ditetapkan baik itu dalam ucapan maupun perbuatan.

c. *Tabligh* (Komunikasi/ keterbukaan)

Sifat *Tabligh* merupakan salah satu cara berdagang pedagang muslim, karena setiap muslim mengemban tanggung jawab, yakni menyeru, mengajak, dan memberitahu. Menjadi seorang pedagang harus mampu menyampaikan dengan baik tentang keunggulan dan kekurangan dari dagangannya. Dengan begitu pedagang akan mampu menjadi komunitas yang baik. Pedagang muslim harus memiliki gagasan-gagasan yang tepat agar dapat menjelaskan tentang barang dagangannya kepada konsumen.

d. *Fathanah* (Kecerdasan/Intelektual)

Penerapan sifat *fathanah* dalam ekonomi dan bisnis sangatlah diperlukan, dengan menerapkan sifat *fathanah* aktivitas dapat dilakukan dengan ilmu, kecerdikan dan mengoptimalkan semua potensi akal hingga mencapai tujuan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional di Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tradisional Rukoh di Kota Banda Aceh), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pandemi Covid-19 memberikan pengaruh yang besar terhadap pedagang pasar tradisional Rukoh di kota Banda Aceh. Kondisi pasar yang saat itu menjadi sepi membuat menurunnya jumlah pendapatan para pedagang.
2. Strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang pasar Rukoh tersebut adalah strategi aktif, pasif, dan jaringan.
3. Strategi yang dilakukan pedagang di pasar Rukoh di masa Covid-19 menurut perspektif ekonomi Islam telah sesuai dengan strategi manajemen pemasaran dalam Islam yaitu bersifat jujur dalam menjelaskan barang dan mempromosikan barang, bersifat adil dalam penetapan harga, dan memanfaatkan media sosial seperti *WhatsApp* sebagai tempat mereka berjualan sehingga dapat membantu pembeli untuk berbelanja di masa pandemi Covid-19.

## 5.2 Saran

1. Untuk pemerintah sangatlah diharapkan perannya untuk dapat memperhatikan lagi para pedagang dan UMKM terhadap pertumbuhan perekonomian, pemerintah harus cepat mengatasi permasalahan perekonomian yang sedang dihadapi para pedagang pada masa Covid-19.
2. Untuk pemerintah desa dan pengelola pasar agar dapat lebih memperhatikan keamanan, kebersihan, dan kenyamanan pasar, agar dapat meningkatkan minat pembeli untuk berbelanja di pasar Tradisional.
3. Untuk para pedagang agar lebih memperhatikan cara untuk meningkat pendapatan selama masa pandemi, seperti mencari inovasi produk baru dan adanya bantuan dari keluarga untuk mencari peluang kerja baru yang dibutuhkan pada saat pandemi, sehingga tidak bertumpu pada pendapatan dari hasil berdagang saja.
4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian lagi pada permasalahan lainnya, tidak hanya pada strategi pedagang pada masa Covid-19, namun dapat ditambahkan faktor lain yang sesuai dengan penelitian dan tentunya belum dijelaskan di penelitian lainnya.

## DAFTAR PUSAKA

(n.d.).

Abdullah, I. (2006). *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Agung. (2012). Metodologi penelitian Bisnis. *metodologi penelitian bisnis*.

Agung, A. A. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Malang : UB Press.

Agung, A. A. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press.

Aliyah, I. (2017). Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional di Perkotaan. *Cakra Wisata. Vol.18, Jilid 2, 2017*.

Al-Munawwar, T. A. (2017). *Jangan Pernah Lelah, Allah Selalu Bersama Kita*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Anderson. (2005). *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.

Budi, A. S. (2023). Strategi Bertahan Supir Travel Samarinda Bontang Selama Penerapan Kebijakan PPKM. *eJournal Pembangunan Sosial Vol.11, No.1, 2023, 337-346*.

Damsar. (1997). *sosiologi ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo persada.

Danim, S. (2002). *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.

Dharmawan, A. H. (2001). *Livelihood Strategies and Rural Socio-Economic Change in Indonesia*. Kiel: Vauk.

Fauzia, I. Y. (2013). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana.

Fidat, F. R. (2023). Strategi Penanganan Pembiayaan Bermasalah Pada Kspps Mitra Usaha Ideal Cabang Dukun. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa) Vol.3, No.1, 89-98*.

- Ghafur, A. (2019). Mekanisme Pasar Perspektif Islam. *Jurnal Istiqodiyah Vol.5, No.1*.
- Ginawawati, N. D. (2013). *Strategi Bertahan Hidup Buruh Tani Perempuan*. Pandiva Buku.
- Hasibuan, N. (1993). *Ekonomi Industri: Persaingan Monopoli dan Regulasi*. Jakarta: LP3ES.
- Hi.Hamjah M., P. p. (2022). Analysis Of Adolescent Compliance Factors Implementing The COVID-19 Health Protocol In North Ternate High School In 2021. *Jurnal Inovasi Penelitian Vol.2 No.8 Januari 2022*, 2647-2648.
- Honoatubun, S. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *EduPsyCouns Journal Vol 2 (1):151*.
- Indraddin, I. &. (2016). *Strategi dan perubahan sosial*. Yogyakarta: Deepblish.
- Irfanudin, A. M. (2020). Strategi Berbisnis Online di Tengah Pandemi Corona Virus Discase 2019 Covid-19. *Jurnal Dedikasi PKM UNPAM Vol 1, No. 1, Mei 2020*, 63-68.
- Irfanudin, A. M. (2020). Strategi Berbisnis Online di Tengah Pandemi Corona Virus Discase 2019 Covid-19. *Jurnal Dedikasi PKM UNPAM Vol. 1, NO.1, Mei 2020*, 63-68.
- Irwan. (2015). Strategi Bertahan Hidup Perempuan Penjual Buah-Buahan (Studi Perempuan di Pasar Raya Padang Kecamatan Padang Barat Kota Padang Provinsi Sumatera Utara). *Humanus Vol.XIV, No.2, 2015*, 183-187.
- Jannah, M. (2020). Strategi Pedagang Dalam Mempertahankan Usaha (Studi Kasus Pada Pasar Baru A Kota Palangka Raya). *Skripsi Sarjana; IAIN Palangka Raya*, 23-26.
- Juliyani, E. (2016). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura. Vol VII, No.1 Maret 2016*.
- Khoiruddin. (2010). "Pasar Islam". *Jurnal Asas, Vol.2, No. 2*.

- Kibtiyah, M. (2021). Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 di Pasar Tradisional Daerah Haurgeulis Kabupaten Indramayu Menurut Perspektif Ekonomi Islam . *Universitas Islam Negeri Satu Tulungagung : Skripsi Sarjana : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Komara, B. D. (2020). Jalan Terjal dan UMKM dan Pedagang Kecil Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19 dan Ancaman Krisis Ekonomi Global. *Jurnal Manajemen Bisnis vol 17, NO. 3, Juli 2020*.
- Mamik. (2011). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Masrukin. (2012). *Perbedaan Pedagang Pasar Tradisional*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Moleong, L. J. (2006). *metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2017). Market Structure and Competition Price in Islamic Economics. *Internasional Journal of Nusantara Islam. Vol 6, No.2, 2017, 144-153*.
- Musyawah, I. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Vol.1, No.1, 2656-6265*.
- Nisa, N. Z. (2021). *Eksistensi Pedagang pasar Tradisional Mleto di Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo, Surabaya pada Masa Pandemi COVID-19 Dalam Perspektif Teori Tindakan Sosial Max Weber*. Surabaya: Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Nuryani Windi, D. S. (2022). Perempuan-Perempuan di Pasar Angso Duo 1974-2018. *Jurnal Istorica Vol.6 No.1 April 2022, 67-68*.

- Orkima, N. (2012). *Kamus Ekonomi*. Surakarta: Aksarra Sinergi Media.
- Orsidia Aminursita, M. F. (2018). Identifikasi Struktur Pasar Pada Industri Keramik di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi Vol.2 Jilid 3 Tahun 2018*, 409-418.
- Putri, R. (2020). Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(2), Juli 2020, , 705-709.
- Rachaman, F. F. (2018). Indentifikasi Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Fasion Busan Muslim di Pasar Baru Trade Center. *Prosiding Ilmu Ekonomi ISSN: 2460-6553*, 4,, 37-43.
- Rahayu, M. A. (2022). Peran Pasar Dalam Distribusi Sumber Daya Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Iqtisaduna*, 228-239.
- Rahmi, A. (2015). Mekanisme Pasar dalam Islam. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 4, No. 2., 177-192.
- Ruliyanto, s. (2019). Pengaruh Modal Usaha Dan Luas Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima. *Jurnal Jeamm Vol.1, No.1, Oktober 2019*, 70-76.
- Sabatiny, R. M. (2018). Perkembangan Pasar Tradisional dan Keberadaan Pasar Modern di Kota Palembang. *Eksistensi Vol.7 No.1 Januari-Juni 2018*, 1069-1067.
- Sidabalok, J. (2020). *Hukum Perdagangan (Perdagangan Nasional dan Perdagangan Internasional)*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Siyoto, S. &. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* . Yogyakarta: Literasi Media Publishibg.
- Statistik, B. P. (2020). Enam Sektor Usaha Paling Terdampak Saat Pandemi Corona. *Databoks*.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali.

- Sugiarto. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif. Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, A. (2014). Strategi Bertahan (Survival Strategy); Studi Tentang "Agama Adat" Orang Lom di Desa Pejem, Kecamatan Belinyu, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Jurnal Society, Vol.2, No.1, Juni 2014, 1-2*.
- Suryabrata. (2010). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Susilawati, N. (2012). *Sosiologi Pendesaan*. Padang: tpn.
- Syafrida, H. R. (2020). Bersama Melawan Virus Covid-19 di Indonesia. *Salam; Jurnal Sosial & Budaya Syar-i FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Vol.7 No.6 (2020), 495-508*.
- Teguh, M. (2010). *Ekonomi Industri*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tohardi, A. (2019). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial*. Pontianak: Tanjungpura University Press.
- Urika. (2021). Dampak dan Strategi Pedagang Pasar Tradisional Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Pasar Badak Pandegelang). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Banten Jaya*.
- Widodo, T. (2013). Studi Tentang Peranan Unit pasar Dalam Pengelolaan Sampah di Pasar Merdeka Kota Semarang. *Jurnal Administrasi Negara, Vol 1, No 1, 2013, 1-11*.
- Yusuf, I. (2019). Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Sanggam Adji Dilayas Kabupaten Berau. *ejournal Sosiatri-Sosiologi Vol.7*.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Panduan Wawancara Pedagang

Nama :

Jenis dagangan :

Usia Pedagang :

Jenis Kelamin :

Status :

#### **Seputar dampak Covid-19 di pasar Rukoh**

1. Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang pandemi Covid-19? Dan bagaimana kondisi pasar pada saat pandemi?
2. Apakah dengan adanya Covid-19 mempengaruhi kegiatan berdagang Bapak/Ibu?
3. Seberapa berpengaruh pandemi Covid-19 terhadap tingkat penjualan Bapak/Ibu?
4. Bagaimana perbandingan sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 terhadap pendapatan Bapak/Ibu?
5. Apakah ada hambatan ketika Bapak/Ibu menerima pasokan barang dagang dari distributor/agen selama Covid-19?

#### **Seputar strategi bertahan pedagang di Pasar Rukoh untuk menghadapi pandemi Covid-19**

1. Bagaimana Bapak/Ibu mengatur waktu untuk berdagang pada masa pandemi terlebih disaat pandemi diterapkan batas waktu kerja?

2. Tindakan apa saja yang telah Bapak/Ibu lakukan untuk tetap bisa bertahan di masa pandemi ini? Mengapa Bapak/Ibu mengambil tindakan tersebut?
3. Bagaimana bapak/ibu mengoptimalkan penjualan pada masa covid dalam usaha meningkatkan pendapatan? Apakah cara tersebut sudah efektif untuk dijalankan?



Nama : Sabri  
 Jenis dagangan : Sembako  
 Usia Pedagang : 40 Tahun  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Status : Menikah

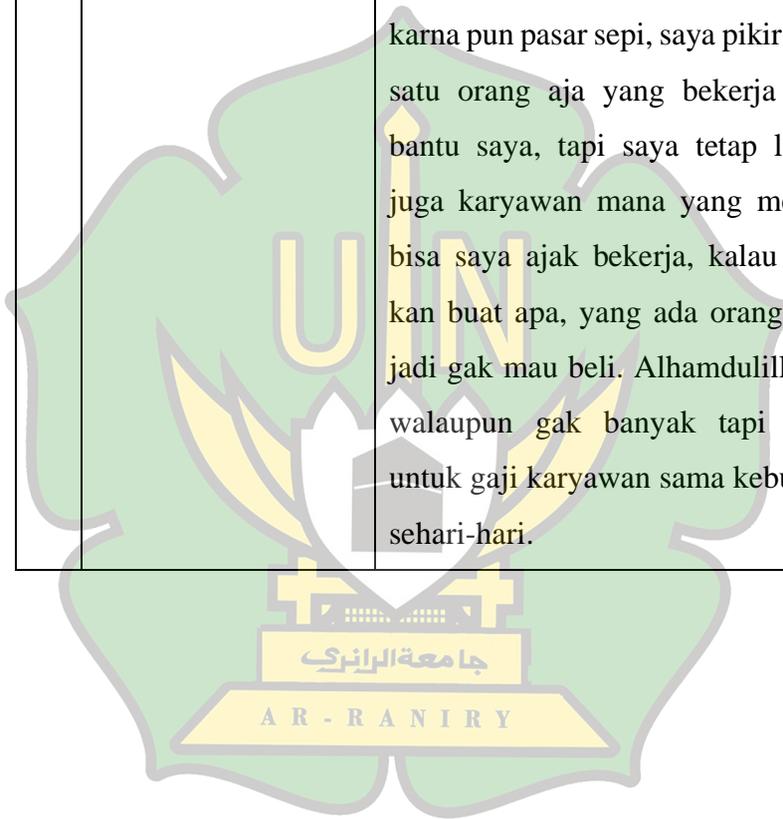
1	Pertanyaan	Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang pandemic Covid-19? Dan bagaimana kondisi pasar di saat pandemi?
	Jawaban	ya saya tau, pandemi Covid tu penyakit yang bisa nular ke orang, nularnya bisa aja dari air liur, batuk, bersin-bersin, makanya harus selalu pakek masker waktu berjualan. Kalau kondisi pasar saat itu sepi, ada beberapa orang yang datang, kaya ibu-ibu yang berbelanja pagi, tapi gak serame sebelum ada corona.
2	Pertanyaan	Apakah dengan adanya Covid-19 mempengaruhi kegiatan berdagang Bapak/Ibu?
	Jawaban	Iya mempengaruhi, biasanya saya berjualan dari pagi sampe malam, tapi

		selama covid dari pagi sampe jam 6 sore aja, karna pemerintah menyuruh untuk jaga jarak, harus kurang-kurangnya buat berinteraksi dengan orang lain.
3	Pertanyaan	Seberapa berpengaruh pandemi Covid-19 terhadap tingkat penjualan Bapak/Ibu?
	Jawaban	pengaruh kali, karna pembeli yang sepi, pendapatan saya pun menurun
4	Pertanyaan	Bagaimana perbandingan sebelum pandemi dan disaat pandemi Covid-19 terhadap pendapatan Bapak/Ibu?
	Jawaban	kalau sebelum pandemi pendapatan dalam sehari itu alhamdulillah bisa mencukupi kebutuhan keluarga, tapi semenjak Covid jadi susah sekali, semuanya serba susah karna dagangan yang sepi pembeli, jadi pendapatan pun jadi menurun.

5	Pertanyaan	Apakah ada hambatan ketika Bapak/Ibu menerima pasokan barang dagang dari distributor/agen selama Covid?
	Jawaban	hambatannya misalnya seperti telat datang pasokan barangnya, apalagi saya ambil barangnya dari luar, jadi barang susah diterima modal pun ikut bertambah, karna pemerintah yang menerapkan sistem lockdown, jadi waktu sama biaya pun ikut berpengaruh juga dalam pengiriman barang.
6	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengatur waktu untuk berdagang pada masa pandemi terlebih disaat pandemi diterapkan batas waktu kerja?
	Jawaban	Kalau masalah waktu kami hanya mengikuti waktu yang sudah diatur oleh pemerintah. Saat itu kami berjualan dari pukul 07.00 pagi sampai dengan pukul 18.00 saja.

7	Pertanyaan	Tindakan apa saja yang telah Bapak/Ibu lakukan untuk tetap bisa bertahan di masa pandemi ini? Mengapa Bapak/Ibu mengambil tindakan tersebut?
	Jawaban	Kami mengambil Tindakan untuk tetap berdagang pada masa pandemi walaupun risikonya tinggi. Karena kalau tidak berdagang kami tidak punya pendapatan sama sekali untuk hidup. Dan alhamdulillahnya kondisi kami aman sampai dengan sekarang.
8	Pertanyaan	Bagaimana bapak/ibu mengoptimalkan penjualan pada masa covid dalam usaha meningkatkan pendapatan? Apakah cara tersebut sudah efektif untuk dijalankan?

	Jawaban	<p>Pas pandemi kemarin saya terpaksa harus pecat satu karyawan, karna pendapatan menurun, rasanya agak berat pas gaji nanti kan, sebelumnya punya dua karyawan, saya pecat satu karna pun pasar sepi, saya pikir cukup satu orang aja yang bekerja untuk bantu saya, tapi saya tetap liat-liat juga karyawan mana yang memang bisa saya ajak bekerja, kalau malas kan buat apa, yang ada orang-orang jadi gak mau beli. Alhamdulillah ya, walaupun gak banyak tapi cukup untuk gaji karyawan sama kebutuhan sehari-hari.</p>
--	---------	--



Nama : Cut Angkasa

Jenis dagangan : Sembako

Usia Pedagang : 32 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

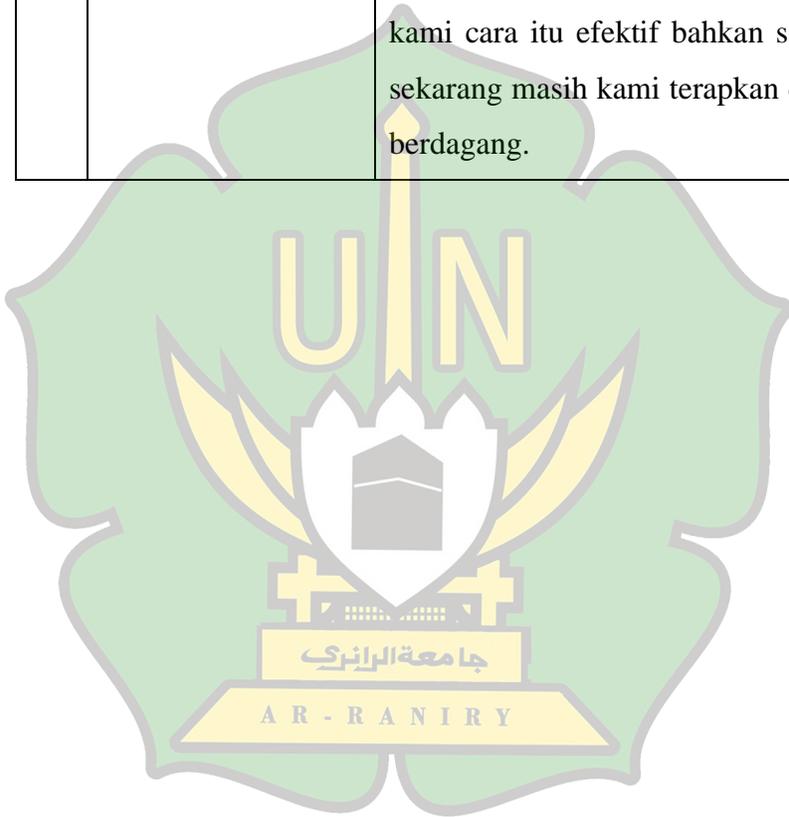
Status : Menikah

1	Pertanyaan	Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang pandemi Covid-19? Dan bagaimana kondisi pasar pada saat pandemi?
	Jawaban	Oh tau, pas pandemi kemarin pasar jadi sepi. Yang belanja tetap ada tapi gak ramai seperti sebelum pandemi.
2	Pertanyaan	Apakah dengan adanya Covid-19 mempengaruhi kegiatan berdagang Bapak/Ibu?
	Jawaban	Mempengaruhi, waktu covid kemarin kami agak kesulitan, karena ada aturan batas waktu sama ppkm. Jadinya kegiatan berjualan kami jadi terbatas.
3	Pertanyaan	Seberapa berpengaruh pandemi Covid-19 terhadap tingkat penjualan Bapak/Ibu?

	Jawaban	Sangat berpengaruh ya pastinya, penjualan jadi kurang. Barang-barang pun lama terjualnya. Ada yang sampai busuk sendiri. Jadinya rugi.
4	Pertanyaan	Bagaimana perbandingan sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 terhadap pendapatan Bapak/Ibu?
	Jawaban	Pendapatan sebelum sama waktu covid pastinya jauh beerbeda, pas covid pendapatan jadi turun sekali.
5	Pertanyaan	Apakah ada hambatan ketika Bapak/Ibu menerima pasokan barang dagang dari distributor/agen selama Covid-19?
	Jawaban	Untuk pasokan barang pas covid itu hambatannya di waktu, lama kali sampai ke sini. Pas sebelum covid hari ini kita hubungi 2-3 harinya udah masuk barang baru.
6	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengatur waktu untuk berdagang pada masa pandemi terlebih disaat pandemi diterapkan batas waktu kerja?

	Jawaban	Untuk waktu kami tetap berdagang seperti biasa, sama saja seperti sebelum covid. Buka pagi tutup sore.
7	Pertanyaan	Tindakan apa saja yang telah Bapak/Ibu lakukan untuk tetap bisa bertahan di masa pandemi ini? Mengapa Bapak/Ibu mengambil tindakan tersebut?
	Jawaban	Untuk bertahan kami tetap berjualan dan mengerjakan pekerjaan sampingan lainnya. Karena dengan kami melakukan itu tentunya dapat membantu perekonomian kami terlebih pada masa covid saat itu dimana pendapatan sangat turun drastis.
8	Pertanyaan	Bagaimana bapak/ibu mengoptimalkan penjualan pada masa covid dalam usaha meningkatkan pendapatan? Apakah cara tersebut sudah efektif untuk dijalankan?
	Jawaban	Cara mengoptimalkan penjualan pada masa itu, kami menghabiskan stok

		<p>barang yang tersedia terlebih dahulu, Ketika barangnya tersisa sedikit, baru kami menyetok barang-barang baru. Jadi kami bisa meminimalisir kerugian yang akan terjadi. Menurut kami cara itu efektif bahkan sampai sekarang masih kami terapkan dalam berdagang.</p>
--	--	--



Nama : Muhammad Akbar  
 Jenis dagangan : Sembako  
 Usia Pedagang : 35 Tahun  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Status : Menikah

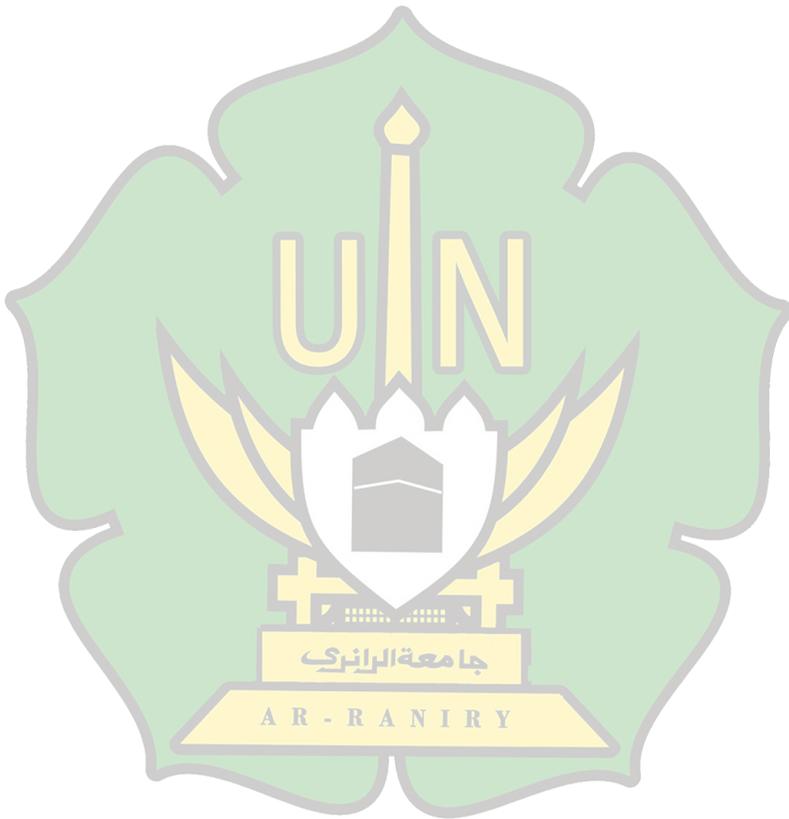
1	Pertanyaan	Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang pandemi Covid-19? Dan bagaimana kondisi pasar pada saat pandemi?
	Jawaban	Ya saya tau covid-19 itu penyakit yang bisa nular ke banyak orang, orang yang kena penyakit Covid itu bisa mengalami batuk, demam, hilangnya perasa dan sulit bernafas, kalau kondisi pasar saat itu sepi, karna orang-orang pada takut mau keluar rumah, kebanyakan dari mereka belanjanya dari online, apalagi mahasiswa yang mulai daring, jadi emang sepi kali pasar waktu itu.
2	Pertanyaan	Apakah dengan adanya Covid-19 mempengaruhi kegiatan berdagang Bapak/Ibu?

	Jawaban	Iya, jadinya saya susah berdagang karna selama covid pemerintah membuat peraturan lockdown, saya bingung selama lockdown itu kami tidak boleh berdagang, tapi kalau saya gak berdagang gak bisa mencukupi kebutuhan keluarga sehari-hari,
3	Pertanyaan	Seberapa berpengaruh pandemi Covid-19 terhadap tingkat penjualan Bapak/Ibu?
	Jawaban	Pengaruh kali, dari segi penjualan yang makin hari makin berkurang, terus pembeli kalau belanja selalu minta harga murah, sedangkan barang-barang masih banyak yang belum terjual. Kadang kaya cabe, tomat, sayur kalau udah 2-3 hari harus saya bawa pulang kerumah untuk saya makan sendiri karna takut busuk.
4	Pertanyaan	Bagaimana perbandingan sebelum dan selama pandemi Covid-19 terhadap pendapatan Bapak/Ibu?
	Jawaban	Sebelum pandemi saya bisa mendapat 800.000 - 1.500.000 dalam sehari, tapi selama covid pendapatan saya jadi

		menurun, dalam sehari bisa saya dapat 650.000 – 1.000.000 aja. Kalau dagangan habis dan mau membeli lagi untuk saya jual itu ada kenaikan harga, terpaksa keuntungan yang saya dapat itu saya gunakan lagi untuk modal barang. Sehingga keluarga pun ikut membantu cari uang dengan harapan cukup untuk makan saja.
5	Pertanyaan	Apakah ada hambatan ketika Bapak/Ibu menerima pasokan barang dagang dari distributor/agen selama Covid-19?
	Jawaban	Hambatannya di pengiriman barang aja yang susah diterima karna adanya lockdown.
6	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengatur waktu berdagang pada masa pandemi terlebih disaat pandemi diterapkan batas waktu kerja?
	Jawaban	Kami tetap ikuti aturan pemerintah, jualannya dari pagi sampe jam 6 sore aja
7	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengatur waktu berdagang pada masa pandemi

		terlebih disaat pandemi diterapkan batas waktu kerja?
		Kami tetap ikuti aturan pemerintah, jualannya dari pagi sampe jam 6 sore aja
8	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengoptimalkan penjualan pada masa Covid dalam usaha meningkatkan pendapatan? Apakah cara tersebut sudah efektif untuk dijalankan?
	Jawaban	Saya selalu bilang sama karyawan untuk bekerja lebih keras lagi, terus kalau melayani pembeli juga harus baik, karna menurut saya itu bisa buat pembeli tu merasa senang dan puas sehingga bisa jadi langganan banyak orang, jumlah karyawan saya juga masih sama, gak ada yang saya pecat karna kan kasian kalau mereka dipecat apalagi di masa pandemi, tapi cuman gaji aja yang saya kurangi, yang biasanya lebih banyak tapi pas covid saya kurangi, karna pendapatan kami pun menurun. Dan alhamdulillah efektif, walaupun

		pendapatannya gak kaya dulu sebelum pandemi, tapi bisalah untuk makan sehari-hari
--	--	---



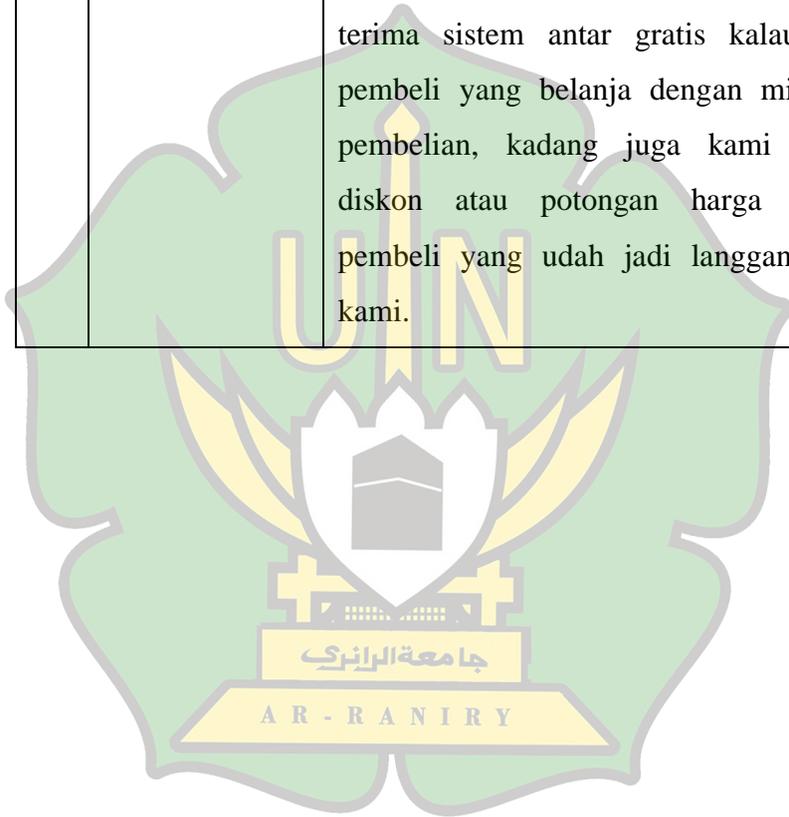
Nama : Khaled  
 Jenis dagangan : Sembako  
 Usia Pedagang : 25 tahun  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Status : single Parent

1	Pertanyaan	Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang pandemi Covid-19? Dan bagaimana kondisi pasar pada saat pandemi?
		Tau, ada corona kemarin. Selama pandemic pasar jadi sepi.
2	Pertanyaan	Apakah dengan adanya Covid-19 mempengaruhi kegiatan berdagang Bapak/Ibu?
	Jawaban	Adanya covid kemarin tentu ya sangat mempengaruhi kegiatan kami berjualan. Ada jaga jaraklah, kemana-mana harus pakai masker. Orang-orang jadi takut keluar rumahnya, dan banyak lagi.
3	Petanyaan	Seberapa berpengaruh pendemi Covid-19 terhadap tingkat penjualan Bapak/Ibu?

		Kalau kami yang pedagang pedagang kecil ini pastinya besar pengaruh covid ni. Tingkat penjualannya berkurang karena pelanggannya juga berkurang.
4	Pertanyaan Jawaban	Bagaimana perbandingan sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 terhadap pendapatan Bapak/Ibu?
	Jawaban	Kalo masalah pendapatan, pas covid kemarin jadi berkurang kali. Beda dengan pendapatan sebelum covid yang lumayan. Ni pas covid balik modal aja udah alhamdulillah.
5	Pertanyaan	Apakah ada hambatan ketika Bapak/Ibu menerima pasokan barang dagang dari distributor/agen selama Covid-19?
	Jawaban	Kalau masalah pasokan barang tu kadang ada yang terhambat. Karena ada ppkm, jadi barang-barang ada yang gak lewat. Misalnya barang-barang dari medan ke sini.

6	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengatur waktu untuk berdagang pada masa pandemi terlebih disaat pandemi diterapkan batas waktu kerja?
	Jawaban	Kalau waktu kami hanya ikut peraturan pemerintah. Kalau sudah ada peringatan tutup ya kami langsung tutup. Harus mematuhi aturan yang sudah dibuat. Jadi kami pun tidak ada pengaturan waktunya.
7	Pertanyaan	Tindakan apa saja yang telah Bapak/Ibu lakukan untuk tetap bisa bertahan di masa pandemi ini? Mengapa Bapak/Ibu mengambil tindakan tersebut?
	Jawaban	Untuk tetap bisa bertahan di masa pandemic kami tetap bekerja. Walaupun kami bekerja kami tetap berada dalam aturan pemerintah dan tidak melanggar. Tindakan itu kami ambil dikarenakan agar bisa melanjutkan keberlangsungan hidup saya dan keluarga.

8	Pertanyaan	Bagaimana bapak/Ibu mengoptimalkan penjualan pada masa Covid dalam usaha meningkatkan pendapatan? Apakah cara tersebut sudah efektif untuk djalankan?
	Jawaban	Untuk meningkatkan pendapatan kami terima sistem antar gratis kalau ada pembeli yang belanja dengan minimal pembelian, kadang juga kami kasih diskon atau potongan harga untuk pembeli yang udah jadi langganan di kami.



Nama : Havis  
 Jenis dagangan : Sembako  
 Usia Pedagang : 27 Tahun  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Status : Single Parent

1	Pertanyaan	Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang pandemi Covid-19? Dan bagaimana kondisi pasar pada saat pandemi?
	Jawaban	Oh saya tau, pandemi covid itu semacam virus yang bisa menyebar dan penyakit itu bisa terkena orang banyak, waktu Covid kemaren kondisi pasar saat itu pun sepi karna pasti orang-orang pada takut untuk berbelanja, mereka takut tertular, apalagi pemerintah menyuruh untuk berjauhan dari keramaian.
2	Pertanyaan	Apakah dengan adanya Covid-19 mempengaruhi kegiatan berdagang Bapak/Ibu?

	Jawaban	Iya berpengaruh karna ada peraturan sistem PPKM, jadinya kegiatan berdagang saya pun terhalang sama sistem PPKM itu, saya pun mengalami kesulitan karna berkurangnya pembeli dari biasanya.
3	Pertanyaan	Seberapa berpengaruh pandemi Covid-19 terhadap tingkat penjualan Bapak/Ibu?
	Jawaban	Sangat berpengaruh, kan waktu covid kemarin pasar sepi kali, pendapatan saya menurun, modal pun semakin tinggi.
4	Pertanyaan	4. Bagaimana perbandingan sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 terhadap pendapatan Bapak/Ibu?
		Pendapatan saya semenjak adanya pandemi jadi turun. Sebelum pandemi pendapatan saya itu bisa saya dapat 1.500.000 – 3.000.000 perhari, tapi selama covid pendapatan saya jadi turun drastis, saya bisa dapat berkisar 1.000.000 – 1.500.000 aja, kadang untuk beli barang dagangan aja gak cukup, belum lagi untuk kebutuhan

		keluarga sehari-hari. Tapi saya bersyukur karna dari keluarga ikut membantu, kayak anak saya ikut berjualan masker untuk menambah penghasilan, setidaknya cukup untuk diri dia sendiri.
5	Pertanyaan	Apakah ada hambatan ketika Bapak/Ibu menerima pasokan barang dagang dari distributor/agen selama Covid-19?
	Jawaban	Hambatannya karna meningkat harga barang dan selama pandemi saya jadi susah mendapatkan barang karna distribusi terhambat oleh PPKM.
6	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengatur waktu untuk berdagang pada masa pandemi terlebih disaat pandemi diterapkan batas waktu kerja?
	Jawaban	Masa pandemi kami berdagang dengan waktu lebih pagi, jadi waktu untuk berdagangnya tidak banyak yang berkurang.

7	Pertanyaan	Tindakan apa saja yang telah Bapak/Ibu lakukan untuk tetap bisa bertahan di masa pandemi ini? Mengapa Bapak/Ibu mengambil tindakan tersebut?
		yang kami lakukan masa pandemi kami tetap mencari nafkah dengan tetap berjualan. Tetapi juga ada pekerjaan yang lain yang bisa menambah penghasilan. Kami tetap berjualan di masa pandemi karena alasannya untuk bertahan hidup. Kalau tidak bekerja mencari nafkah tentu keluarga saya mungkin bisa jadi kelaparan.
8	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengoptimalkan penjualan pada masa Covid dalam usaha meningkatkan pendapatan? Apakah cara tersebut efektif untuk dijalankan?  Untuk meningkatkan pendapatan kami menjual barang sesuai seperti yang dibutuhkan pembeli, dengan cara itu pun kualitas barang terjaga, kami juga terima sistem antar gratis kalau

		ada pembeli yang belanja dengan minimal pembelian, kadang juga kami kasih diskon atau potongan harga untuk pembeli yang udah jadi langganan di kami.
--	--	--



Nama : Saidi  
 Jenis dagangan : Ikan  
 Usia Pedagang : 45 Tahun  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Status : Menikah

1	Pertanyaan	Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang pandemi Covid-19? Dan bagaimana kondisi pasar pada saat pandemi?
	Jawaban	Kami tahu ada pandemi Covid. Karena semenjak ada covid pun dimana-mana sepi. Pasar pun ikut sepi. Karena orang-orang takut buat keluar rumah.
2	Pertanyaan	Apakah dengan adanya Covid-19 mempengaruhi kegiatan berdagang Bapak/Ibu?
	Jawaban	Pasti, dengan adanya covid sangat mempengaruhi kegiatan kami. Banyak sekali aturan yang harus diterapkan.
3	Pertanyaan	Seberapa berpengaruh pandemi Covid-19 terhadap tingkat penjualan Bapak/Ibu?

	Jawaban	Lumayan berpengaruh ya, apalagi tingkat penjualan kami yang memang berkurang, pendapatan pun jadi turun drastic.
4	Pertanyaan	Bagaimana perbandingan sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 terhadap pendapatan Bapak/Ibu?
	Jawaban	Pendapatan pas covid turun sangat drastis beda jauh pas sebelum covid pastinya karena berkurangnya pembeli.
5	Pertanyaan	Apakah ada hambatan ketika Bapak/Ibu menerima pasokan barang dagang dari distributor/agen selama Covid-19?
	Jawaban	Hambatannya karna di harganya, harga ikan yang naik, sedangkan pendapatan kami menurun.
6	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengatur waktu untuk berdagang pada masa pandemic terlebih disaat pandemic diterapkan batas waktu kerja?
	Jawaban	Karna batas waktu kerja sampe sore jam 6 aja, jadi kami berusaha ketika

		pagi itu berjualan lebih cepat dari biasanya.
7	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengatur waktu untuk berdagang pada masa pandemic terlebih disaat pandemic diterapkan batas waktu kerja?
	Jawaban	Karna batas waktu kerja sampe sore jam 6 aja, jadi kami berusaha ketika pagi itu berjualan lebih cepat dari biasanya.
8	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengoptimalkan penjualan pada masa Covid dalam usaha meningkatkan pendapatan? Apakah cara tersebut efektif untuk dijalankan?
	Jawaban	Di masa pandemi pendapatan saya menurun drastis, untuk meningkatkan pendapatan saya mengurangi jumlah ikan yang akan saya jual, biar gak banyak ruginya karna selama pandemi gak banyak pembeli, alhamdulillah cara ini efektif, walaupun pendapatannya gak seberapa tapi kerugiannya pun gak terlalu banyak.

Nama : Kifli Yakup  
 Jenis dagangan : Ikan  
 Usia Pedagang : 50 Tahun  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Status : Menikah

1	Pertanyaan	Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang pandemi Covid-19? Dan bagaimana kondisi pasar pada saat pandemi?
	Jawaban	Tau, tapi saya tidak terlalu percaya corona. Kondisi pasar jadi jauh berbeda yaa saat covid menjadi sangat sepi.
2	Pertanyaan	Apakah dengan adanya Covid-19 mempengaruhi kegiatan berdagang Bapak/Ibu?
	Jawaban	Mempengaruhi kami berjualan, dibatasi waktu dan kegiatannya.
3	Pertanyaan	Seberapa berpengaruh pandemi Covid-19 terhadap tingkat penjualan Bapak/Ibu?
	Jawaban	Pengaruhnya besar, penjualan kami jadi terhambat, pendapatan menurun, pembeli berkurang.

4	Pertanyaan	Bagaimana perbandingan sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 terhadap pendapatan Bapak/Ibu?
	Jawaban	Kalau perbandingan, pendapatan sebelum adanya covid tu alhamdulillah lumayan. Tapi pas adanya covid pendapatan kami merosot sekali.
5	Pertanyaan	Apakah ada hambatan ketika Bapak/Ibu menerima pasokan barang dagang dari distributor/agen selama Covid-19?
	Jawaban	Kalau hambatannya gak ada, cuman harga ikannya yang naik, jumlah ikan yang didapat sedikit jadi harga pun ikut naik.
6	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengatur waktu untuk berdagang pada masa pandemic terlebih disaat pandemi diterapkan batas waktu kerja?
	Jawaban	Saya tetap berjualan seperti biasa, batas waktu kerja yang diterapkan pemerintah kan dari pagi sampe sore jam 6, tapi karna emang dari sebelum

		covid saya berjualan dari pagi sampe siang aja selama covid pun begitu.
7	Pertanyaan	Tindakan apa saja yang telah bapak/Ibu lakukan untuk tetap bisa bertahan di masa pandemi ini? Mengapa Bapak/Ibu mengambil tindakan tersebut?
	Jawaban	Kami tetap berjualan tapi tetap mematuhi aturan dari pemerintah, karna kalau gak berjualan penghasilan gak ada, sedangkan sumber pendapatan saya sehari-hari emang dari hasil berjualan itu.
8	Pertanyaan	Bagaimana Bapa/Ibu mengoptimalkan penjualan pada masa Covid dalam usaha meningkatkan pendapatan? Apakah cara tersebut efektif untuk dijalankan?

	<p>Jawaban</p>	<p>Selama pandemi pendapatan saya jadi menurun karna sepi pembeli, biasanya ada mahasiswa yang beli ikan apalagi kalau hari minggu gitu kan libur itu banyak mahasiswa yang belanja, tapi selama pandemi udah berkurang, kadang pagi kalau ada ibu-ibu yang datang ada satu dua orang, jadi selama berjualan saya memanfaatkan WA buat terima pesanan ikan yang di pesan sama pembeli, karna selama pandemi orang-orang jadi takut datang ke pasar kan, walaupun gak banyak, tapi alhamdulillah cara itu bisa membantu.</p>
--	----------------	---



Nama : Mustafa  
 Jenis dagangan : Ayam  
 Usia Pedagang : 28 Tahun  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Status : Menikah

1	Pertanyaan	Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang pandemi Covid-19? Dan bagaimana kondisi pasar pada saat pandemi?
	Jawaban	Tau, kondisi pasar saat itu sepi karena banyak orang takut ke pasar
2	Pertanyaan	Apakah dengan adanya Covid-19 mempengaruhi kegiatan berdagang Bapak/Ibu?
	Jawaban	Kalau dibilang mempengaruhi gak terlalu berpengaruh, karna saya masih bisa berdagang seperti biasanya, tapi tetap patuh sama protokol kesehatan yaa, sulitnya itu cuman karna jam kerjanya yang dibatasi oleh pemerintah, jam kerja yang berubah jadinya saya gak bisa mempertahankan pembeli.

3	Pertanyaan	Bagaimana perbandingan sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 terhadap pendapatan Bapak/Ibu?
	Jawaban	Pendapatan saya sebelum covid itu lumayan ada, alhamdulillah cukuplah untuk kebutuhan keluarga saya, dalam sehari bisa saya dapat sekitar 800.000, tapi selama covid jadi berturun, saya bisa dapatnya 500.000, apalagi kita ini usaha kecil kecilan gitu.
4	Pertanyaan	Apakah ada hambatan ketika Bapak/Ibu menerima pasokan barang dagang dari distributor/agen selama Covid-19?
	Jawaban	Kalau hambatannya di agen karna kadang terlambat datang barang, soalnya kami ambil ayamnya bukan di satu tempat aja, ada juga yang dari medan.
5	Pertanyaan	Seberapa berpengaruh pandemi Covid-19 terhadap tingkat penjualan Bapak/Ibu?
	Jawaban	Berpengaruh kali, pasar yang emang selalu sepi jadinya tingkat penjualan saya pun ikut menurun, apalagi

		selama pandemi itu harga barang kebutuhan sehari-hari sering kali terjadi perubahan,
6	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengatur untuk berdagang pada masa pandemic terlebih disaat pandemic diterapkan batas waktu kerja?
	Jawaban	Kami lebih maanfaatkan waktu, misalnya lebih cepat pas ambil ayamnya, yang biasanya agak telat dikit, tapi selama covid siap subuh udh siap-siap untuk ambil ayam untuk dibawa ke pasar
7	Pertanyaan	Tindakan apa saja yang telah Bapak/Ibu lakukan untuk tetap bisa bertahan di masa pandemic ini? Mengapa Bapak/Ibu mengambil tindakan tersebut?
	Jawaban	Yang saya lakukan saya tetap bekerja dan dibantu sama keluarga untuk penghasilan tambahan, saya memilih begitu untuk bisa meningkatkan perekonomian, kaya yang kita tau juga kan selama pandemi emang

		pendapatannya turun, jadi untuk bisa bertahan saya memilih tetap berjualan,
8	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengoptimalkan penjualan pada masa Covid dalam usaha meningkatkan pendapatan? Apakah cara tersebut sudah efektif untuk dijalankan?
	Jawaban	Untuk meningkatkan pendapatan saya selalu lihat kualitas daging ayam yang akan saya jual, untuk harganya pun saya gak ambil banyak keuntungan saya jual, harga ayam itu menurut dari kualitas ayamnya, liat besar kecilnya ayam, kalau di jual harga mahal pembeli juga banyak yang gak mau, saya juga dibantu sama keluarga dengan jualan ayam dirumah, jadi tetangga atau pembeli yang sudah tau rumah saya bisa langsung kerumah aja, karna kan banyak orang yang takut kepasar, terus saya juga terima pesanan antar gratis untuk pembeli yang udah berlangganan, alhamdulillah cara ini bisa membantu saya.

Nama : Fazza  
 Jenis dagangan : Ayam  
 Usia Pedagang : 23 Tahun  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Status : Single Parent

1	Pertanyaan	Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang pandemi Covid-19? Dan bagaimana kondisi pasar pada saat pandemi?
	Jawaban	Itu penyakit yang bisa menular, bisa mematikan orang, biasanya orang-orang bilanganya itu corona, kalau kondisi pasar waktu itu sepi kali.
2	Pertanyaan	Apakah dengan adanya Covid-19 mempengaruhi kegiatan berdagang Bapak/Ibu?
	Jawaban	Berpengaruh karna banyak peraturan dari pemerintah, mulai dari PSBB terus ada PPKM yang buat kegiatan berdagang saya jadi agak sulit, tapi selama pandemi saya tetap berjualan dengan selalu patuh sama protokol yang di tetapkan pemerintah, setidaknya bisa mencukupi kebutuhan sehari-hari.

3	Pertanyaan	Seberapa berpengaruh pandemi Covid-19 terhadap tingkat penjualan Bapak/Ibu?
	Jawaban	Kalau ditanya seberapa berpengaruh, berpengaruh kali sih, karna daya beli masyarakat yang berkurang, terus ayamnya gak laku jadinya pendapatan saya pun menurun, terus biasanya kalau ada yang buat acara kan ada yang pesan-pesan ayam, tapi karna aturan dari pemerintah gak boleh buat acara jadinya gak ada yang pesan banyak gitu lagi.
4	Pertanyaan	Bagaimana perbandingan sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 terhadap pendapatan Bapak/Ibu?
	Jawaban	Sebelum covid pendapatan saya dapat berkisar 500.000 - 700.000, tapi semenjak pandemi pendapatan saya jadi menurun, yang saya dapat dalam sehari itu bisa 200.00 - 500.000 itu udah paling banyak.
5	Pertanyaan	Apakah ada hambatan ketika Bapak/Ibu menerima pasokan barang

		dagang dari distributor/agen selama Covid-19?
	Jawaban	Hambatannya yaa dari agennya aja, terus harga ayamnya juga yang naik.
6	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengatur waktu untuk berdagang pada masa pandemi terlebih disaat pandemi diterapkan batas waktu kerja?
	Jawaban	Iya kaya gitu, tetap ikutin aturan pemerintah, dari pagi jam 06.00 itu saya udah siap-siap berjualan, terus tutup jam 05.00.
7	Pertanyaan	Tindakan apa saja yang telah Bapak/Ibu lakukan untuk tetap bisa bertahan di masa pandemi? Mengapa Bapak/Ibu mengambil tindakan tersebut?
	Jawaban	Tetap berjualan seperti biasanya, diluar itu cari kerja sampingan gitu, biar bisa ada penghasilan lebih walaupun gak dapat banyak kali tapi cukuplah buat jajan anak.
8	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengoptimalkan penjualan pada masa covid dalam usaha meningkatkan

		pendapatan? Apakah cara tersebut efektif untuk dijalankan?
Jawaban		Untuk mengoptimalkan penjualan saat masa covid kami ada bekerja sama dengan para ojek-ojek online. Kami menerima pesanan pembeli via telfon maupun whatsapp, kemudian kami menghubungi ojek untuk mengantarkan pesanan tersebut. Jadi memudahkan para pembeli tanpa harus keluar rumah. Alhamdulillah cukup efektif, karena dengan sistem seperti itu pelanggan pun jadi bertambah. Dan sampai sekarang pun masih kami masih menggunakan upaya tersebut.

AR - RANIRY

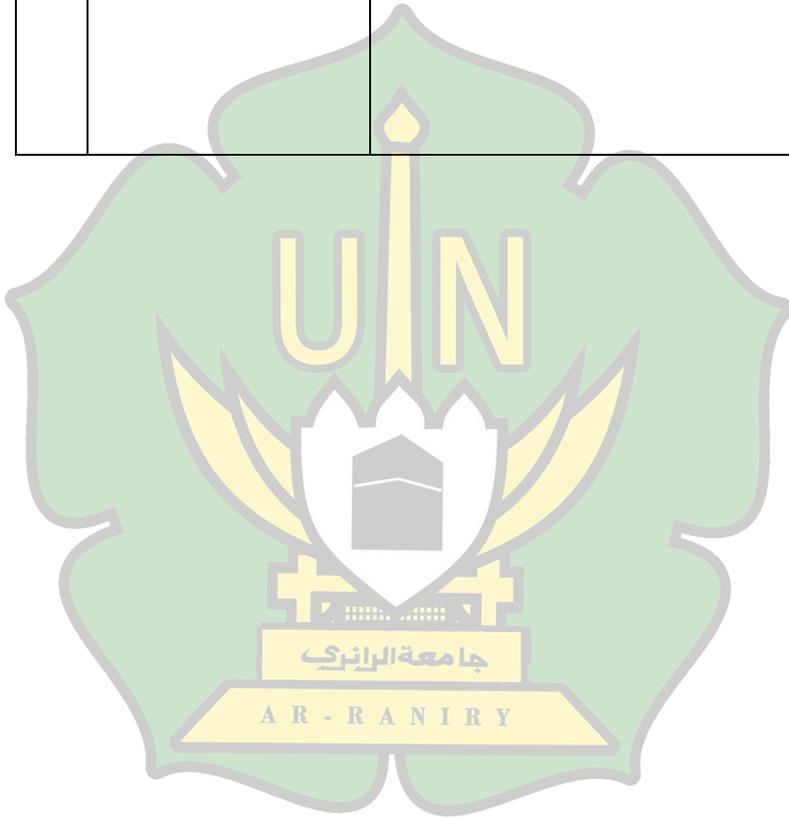
Nama : Nurlela  
 Jenis dagangan : bumbu  
 Usia Pedagang : 52 Tahun  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Status : Menikah

1	Pertanyaan	Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang pandemi Covid-19? Dan bagaimana kondisi pasar pada saat pandemi?
	Jawaban	Tau, virus corona. Pas ada corona pasar pembelinya jadi sangat berkurang
2	Pertanyaan	Apakah dengan adanya Covid-19 mempengaruhi kegiatan berdagang Bapak/Ibu?
	Jawaban	Cukup mempengaruhi, pas corona pun kadang-kadang kami buka, kadang pun kami tutup
3	Pertanyaan	Seberapa berpengaruh pandemi Covid-19 terhadap tingkat penjualan Bapak/Ibu?
	Jawaban	Corona tu buat penjualan kami jadi merosot, jadinya cukup berpengaruh.

4	Pertanyaan	Bagaimana perbandingan sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 terhadap pendapatan Bapak/Ibu?
	Jawaban	Pendapatan turun pastinya. Kalau sebelum corona alhamdulillah ada kelebihan untuk ditabung.
5	Pertanyaan	Apakah ada hambatan ketika Bapak/Ibu menerima pasokan barang dagang dari distributor/agen selama Covid-19?
	Jawaban	Kalau pasokan barang terhambatnya yaa di agen. Kalau kami dagangannya buat sendiri, bahan-bahannya sejauh ini selalu ada alhamdulillah
6	Pertanyaan	Bagaimana Bapak/Ibu mengatur waktu untuk berdagang pada masa pandemi terlebih disaat pandemi diterapkan batas waktu kerja?
	Jawaban	Untuk mengatur waktu saat masa pandemi, kami berjualan lebih awal. Yang dulunya sebelum covid kami mulai berjualan pukul 07.30 jadi berjualan pukul 06.30.

7	Pertanyaan	Tindakan apa saja yang telah Bapak/Ibu lakukan untuk tetap bisa bertahan di masa pandemi? Mengapa Bapak/Ibu mengambil tindakan tersebut?
	Jawaban	Untuk tetap bisa bertahan kami tetap berjualan, walaupun gak banyak pembeli, apalagi anak kuliah banyak yang pulang kampung. Alasan kami tetap berjualan karena itu sudah menjadi sumber pendapatan kami.
8	Pertanyaan	Bagaimana bapak/Ibu mengoptimalkan penjualan pada masa covid dalam usaha meningkatkan pendapatan? Apakah cara tersebut sudah efektif dijalankan?
	Jawaban	Walaupun di masa pandemi kemarin sepi pembeli, pendapatan juga menurun, terus biasanya banyak anak kuliah yang belanja bumbu, tapi karna pandemi jadinya belajar online, alhamdulillah saya memiliki beberapa pelanggan tetap membuat saya bisa bertahan sampai saat ini, karena adanya pelanggan tetap alhamdulillah

		cukup untuk jajan anak, makan sehari-sehari.
--	--	--



## Lampiran 2 panduan wawancara pembeli

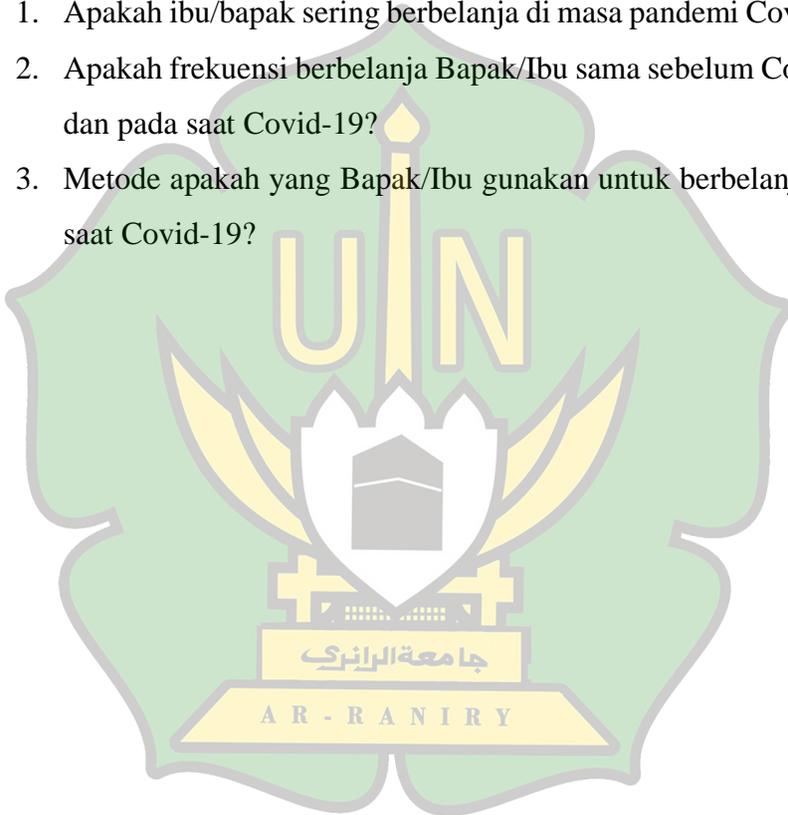
Nama :

Usia Pembeli :

Jenis Kelamin :

Pendidikan Terakhir :

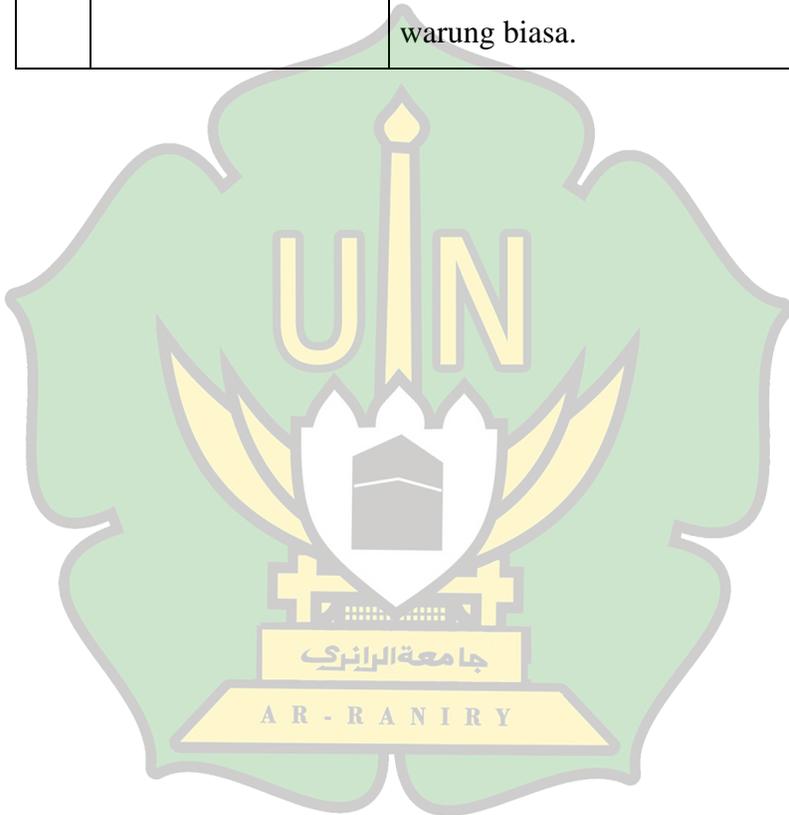
1. Apakah ibu/bapak sering berbelanja di masa pandemi Covid-19?
2. Apakah frekuensi berbelanja Bapak/Ibu sama sebelum Covid-19 dan pada saat Covid-19?
3. Metode apakah yang Bapak/Ibu gunakan untuk berbelanja pada saat Covid-19?



Nama : Iza  
 Usia Pembeli : 30 Tahun  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pendidikan Terakhir : SMA

1	Pertanyaan	Apakah ibu/bapak sering berbelanja di masa pandemi Covid-19?
	Jawaban	Selama Covid saya jarang belanja di pasar, kalo ada juga seminggu sekali itu bergantian sama suami, kalau saya yang kepasar suami yang jaga anak, kalau suami yang kepasar saya yang jaga anak gitu.
2	Pertanyaan	Apakah frekuensi berbelanja Bapak/Ibu sama sebelum Covid-19 dan pada saat Covid-19?
	Jawaban	Berbeda, pas covid sekali belanja lebih banyak untuk beberapa hari gitu.
3	Pertanyaan	Metode apakah yang Bapak/Ibu gunakan untuk berbelanja pada saat Covid-19?

	Jawaban	Kadang online kadang ke pasar juga, kadang juga saya belanja di warung yang dekat sama rumah, karna sama aja kan barangnya, cuman harganya aja yang beda, lebih mahal yang di warung biasa.
--	---------	---



Nama : Opi  
 Usia Pembeli : 45 Tahun  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pendidikan Terakhir : S1

1	Pertanyaan	Apakah ibu/bapak sering berbelanja di masa pandemi Covid-19?
	Jawaban	Engga, selama covid saya jarang ke pasar
2	Pertanyaan	Apakah frekuensi berbelanja Bapak/Ibu sama sebelum Covid-19 dan pada saat Covid-19?
	Jawaban	Jauh berbeda
3	Pertanyaan	Metode apakah yang Bapak/Ibu gunakan untuk berbelanja pada saat Covid-19?
	Jawaban	Pas masa covid saya lebih sering berbelanja online daripada ke pasar, soalnya takut tertular, jadi lebih baik menjaga aja.

Nama : Nining  
 Usia Pembeli : 45 Tahun  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pendidikan Terakhir : S1

1	Pertanyaan	Apakah ibu/bapak sering berbelanja di masa pandemi Covid-19?
	Jawaban	Ada, tapi gak sering saya ke pasar.
2	Pertanyaan	Apakah frekuensi berbelanja Bapak/Ibu sama sebelum Covid-19 dan pada saat Covid-19?
	Jawaban	Sedikit berbeda
3	Pertanyaan	Metode apakah yang Bapak/Ibu gunakan untuk berbelanja pada saat Covid-19?
	Jawaban	Kalau belanja tetap ke pasar, cuman gak tiap hari, sekali belanja langsung beli banyak biar jadi stok untuk 2 hari kedepan, dalam seminggu bisa 2 kali belanjalah.

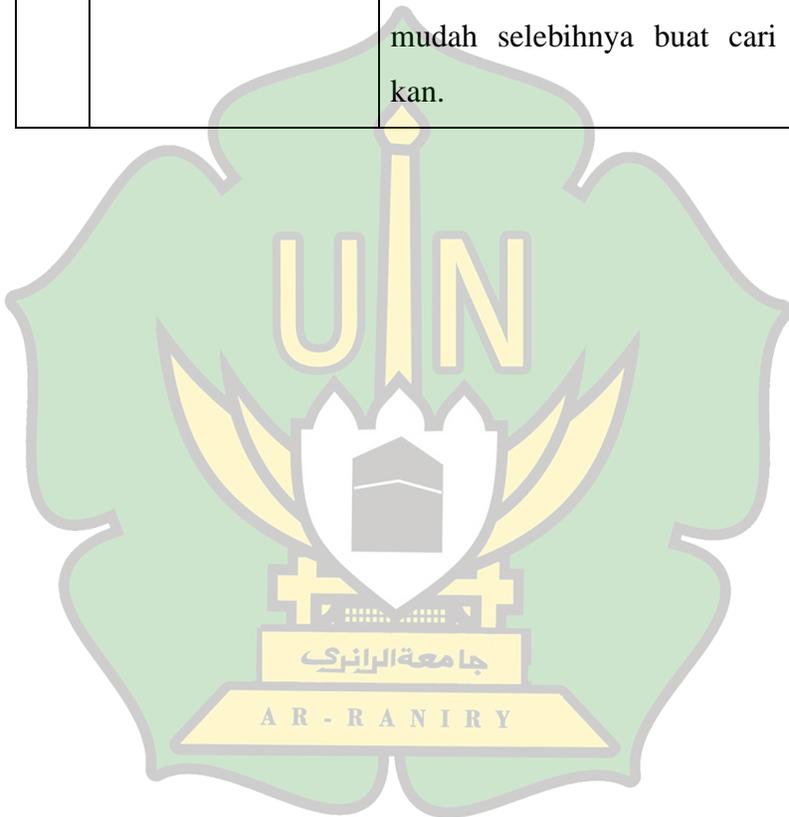
Nama : Ria  
 Usia Pembeli : 56 Tahun  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pendidikan Terakhir : SMA

1	Pertanyaan	Apakah ibu/bapak sering berbelanja di masa pandemi Covid-19?
	Jawaban	Jarang, tapi bukan gak pernah.
2	Pertanyaan	Apakah frekuensi berbelanja Bapak/Ibu sama sebelum Covid-19 dan pada saat Covid-19?
	Jawaban	Sama, tapi pas masa Covid lebih banyak belanjanya, soalnya kan mau keluar rumah pasti susah.
3	Pertanyaan	Metode apakah yang Bapak/Ibu gunakan untuk berbelanja pada saat Covid-19?
	Jawaban	Tetap ke pasar, dalam seminggu itu palingan bisa 2 (dua) kali, belanja sekalian semuanya ikan sayur bawang-bawang.

Nama : Putri Rahayu  
 Usia Pembeli : 23 Tahun  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pendidikan Terakhir : S1

1	Pertanyaan	Apakah ibu/bapak sering berbelanja di masa pandemi Covid-19?
	Jawaban	Sebelum Covid saya sering belanja ke pasar, terus kalau pas Covid udah jarang karna untuk kemana-mana juga susah kan harus pakai masker terus jaga jarak, jadi pas Covid saya lebih milih beli makanan yang udah jadi.
2	Pertanyaan	Apakah frekuensi berbelanja Bapak/Ibu sama sebelum Covid-19 dan pada saat Covid-19?
	Jawaban	Jauh beda, pas sebelum Covid tu pengeluaran banyak, tapi pas covid lebi sedikit hemat karna kebanyakan saya nyetok sih, karna ya tadi buat kemana-mana aja susah, ribet kali harus pake maskerlah.

5	Pertanyaan	Metode apakah yang Bapak/Ibu gunakan untuk berbelanja pada saat Covid-19?
	Jawaban	Sesekali ada ke pasar, tapi lebih sering belanja online, selain lebih mudah selebihnya buat cari aman kan.



### Lampiran 3 dokumentasi wawancara



Wawancara dengan salah satu pedagang sembako/sayur di pasar Tradisional Rukoh



Wawancara dengan salah satu pedagang sembako/sayur di pasar Tradisional Rukoh



Wawancara dengan salah satu pedagang sembako/ sayur di pasar Tradisional Rukoh



Wawancara dengan salah satu pedagang sembako/ sayur di pasar tradisional Rukoh



Wawancara dengan salah satu pedagang sembako/ sayur di pasar tradisional Rukoh



Wawancara dengan salah satu pedagang ikan di pasar tradisional Rukoh



Wawancara dengan salah satu pedagang pasar ikan  
di pasar tradisional Rukoh



Wawancara dengan salah satu pedagang ayam  
di pasar tradisional Rukoh



Wawancara dengan salah satu pedagang ayam  
di pasar tradisional Rukoh



Wawancara dengan salah satu pedagang bumbu  
di pasar tradisional Rukoh



Wawancara dengan salah satu pembeli  
di pasar tradisional Rukoh



Wawancara dengan salah satu pembeli  
di pasar tradisional Rukoh



Wawancara dengan salah satu pembeli di pasar tradisional Rukoh



Wawancara dengan salah satu pembeli di pasar tradisional Rukoh



Wawancara dengan salah satu pembeli  
di pasar tradisional Rukoh

