

**STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL
DI MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Kasus Di Desa Jejeg Kecamatan Bumijawa Kabupaten
Tegal)**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

IAIN PURWOKERTO

Oleh:

**AZKY AFIDAH
NIM. 1617201093**

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Azky Afidah
NIM : 1617201093
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional di
Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Desa
Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 12 Juli 2021

Saya yang menyatakan,

IAIN PURWOKERTO



Azky Afidah

NIM.1617201093



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iaipurwokerto.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL
DI MASA PANDEMI *COVID-19* (STUDI KASUS DI DESA JEJEG,
KECAMATAN BUMIJAWA, KABUPATEN TEGAL)**

Yang disusun oleh Saudari **Azky Afidah NIM 1617201093** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **22 Juli 2021** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dani Kusumastuti, S.E., M.Si.
NIP. 19750420 200604 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Sulasih, S.E., M.Si.
NIDN. 0619018002

Pembimbing/Penguji

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 03 Agustus 2021

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamil Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto
di-
Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Azky Afidah NIM 1617201093 yang berjudul:

**Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional di Masa Pandemi Covid-19
(Studi Kasus di Desa Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 12 Juli 2021
Pembimbing,



Dewi Laela Hilyatin S.E., M.S.I.

NIP. 19851112 200912 2 007

MOTTO

“Tidak masalah seberapa lambat kau berjalan, asalkan kau tidak berhenti”

(Confucius)

“Yakinlah kau bisa dan kau sudah separuh jalan menuju kesana”

(Theodore Roosevelt)



**STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI MASA
PANDEMI COVID-19
(Studi Kasus di Desa Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal)**

Azky Afidah

NIM. 1617201093

Email: azkyafidah.5997@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN Purwokerto)

ABSTRAK

Pasar Jejeg merupakan pasar tradisional yang terletak di Desa Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal. Pasar Jejeg selalu ramai setiap harinya oleh pembeli, namun karena kondisi pandemi Covid-19 seperti saat ini berdampak pada kegiatan ekonomi di pasar Jejeg. Pembeli mayoritas berkurang karena takut tertular virus Covid-19. Hal ini berakibat pada menurunnya jumlah pendapatan para pedagang. Untuk itu agar bisa bertahan di masa pandemi covid-19, para pedagang melakukan strategi bertahan agar bisa tetap menghasilkan pendapatan. Tujuan kegiatan penelitian ini untuk mengetahui strategi pedagang pasar Jejeg untuk bertahan di masa pandemi Covid-19.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, jenis penelitian yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif. Adapun teknik pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis datanya yaitu analisis sebelum dilapangan dan analisis data dilapangan dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan datanya menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga jenis strategi bertahan yang telah dilakukan, yaitu: 1) Strategi aktif, dengan meningkatkan kualitas barang dan pelayanan, adanya anggota keluarga yang ikut membantu bekerja, serta penambahan jam kerja, 2) Strategi pasif, yaitu dengan mengurangi persediaan barang dagangan, mengurangi jumlah karyawan, 3) Strategi jaringan, dengan menjalin hubungan yang baik dengan pembeli, menitipkan barang dagangan di warung-warung terdekat, serta melakukan bisnis *online* sampingan.

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

19

**SURVIVAL STRATEGY OF TRADITIONAL MARKET TRADERS
DURING THE COVID-19 PANDEMIC
(Case Study in Jejeg Village, Bumijawa District, Tegal Regency)**

Azky Afidah

NIM. 1617201093

E-mail: azkyafidah.5997@gmail.com

*Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Islamic Business
State Islamic Institute (IAIN Purwokerto)*

ABSTRACT

Jejeg Market is a traditional market located in Jejeg Village, Bumijawa District, Tegal Regency. The Jejeg Market is always crowded with buyers every day, but because of the current Covid-19 pandemic, it has an impact on economic activity in the Jejeg market. Buyers are reduced for fear of contracting the Covid-19 virus. This resulted in a decrease in the amount of income of traders. For this reason, in order to survive during the covid-19 pandemic, traders carry out survival strategies in order to continue to generate income. The purpose of this research activity is to find out traders who have Jejeg market strategies to survive during the Covid-19 pandemic.

This research uses qualitative research methods, the type of research is field research with a descriptive approach. The data collection techniques through observation, interviews and documentation. The data analysis technique is pre-field analysis and field data analysis with the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Test the validity of the data using source triangulation.

The results showed that there are three types of survival strategies that have been carried out, namely: 1) Active strategy, by improving the quality of goods and services, having family members who help work, and increasing working hours, 2) Passive strategy, namely by reducing inventory merchandise, reducing the number of employees, 3) Networking strategy, by establishing good relationships with buyers, leaving merchandise at the nearest stalls, and doing sideline business online.

Keywords: *Trader, Survival Strategi, Traditional Market, Covid-19 Pandemic*

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB – INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	Ĥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik dibawah)
ض	d'ad	d'	de (dengan titik dibawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	ž'a'	ž	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	y'	Ye

2. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

3. Ta'marbutah diakhir kata bila dimatikan tulis h

حكمة	Ditulis	<i>Ĥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karâmah al-auliyâ'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakât al fiṭr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal Pendek

اَ	Fathah	Ditulis	A
اِ	Kasrah	Ditulis	I
اُ	Dammah	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تانس	Ditulis	<i>Tansa</i>
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

6. Vokal Lengkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

7. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>

8. Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	<i>al-qiyâs</i>
--------	---------	-----------------

- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	Ditulis	<i>as-samâ</i>
--------	---------	----------------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

دووالفرود	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
-----------	---------	----------------------



PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Muchyidin (Alm) dan Ibu Richanah yang menjadi penyemangat terbesar dalam hidup saya, yang selalu mencurahkan kasih sayangnya dalam lantunan do'a, serta selalu mendukung dan memotivasi setiap langkah saya. Terimakasih karena telah merawat dan mendidik saya dengan penuh cinta dan kasih sayang dari kecil hingga dewasa.
2. Suami dan anak saya tercinta, terimakasih atas segala perjuangan, dukungan, serta waktu yang sudah diluangkan untuk saya. Terimakasih pula untuk do'a dan motivasi yang telah diberikan.
3. Kakak-kakak saya yang saya sayangi, terimakasih telah menjadi penyemangat setelah bapak dan ibu, menjadi sandaran bahu ketika saya lelah. Terimakasih atas nasehat dan motivasi yang diberikan kepada saya.
4. Semua dosen-dosen dan guru-guru yang telah memberikan bimbingan dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis yang telah membantu penulis sampai saat ini.
5. Teman seperjuangan Ekonomi Syariah C Angkatan 2016, terimakasih atas segala dukungannya untukku.
6. Kampus tercinta, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Semoga setiap langkah kita selalu diiringi dengan keberkahan, menjadi insan yang berbudi luhur, selalu bersyukur apapun yang didapat, selalu diberikan petunjukNya agar senantiasa menjalankan perintahNya dan menjauhi segala laranganNya. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta kekuatan kepada kita semua sehingga kita selalu diberi keridhoan dalam bertindak dan keberkahan dalam bekarya. Karena hanya kepada-Nya lah kita sebagai manusia tidak akan lepas berhenti bermunajat pada Allah SWT.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penyusun sampaikan tulus terima kasih yang mendalam kepada:

1. Dr. KH. Mohammad Roqib, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah IAIN Purwokerto serta Dosen Pembimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikan Ibu.
7. Iin Solikhin, M.Ag., Penasehat Akademik, terima kasih saya ucapkan untuk setiap bimbingan dan arahan selama menjalani perkuliahan.
8. Segenap Dosen dan Staf Karyawan IAIN Purwokerto khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dalam penulisan dan penyelesaian studi penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan.

9. Samsudin, Carik Desa Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal, yang telah meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dalam penyusunan skripsi.
10. Untung Wahyudi, petugas Pasar Tradisional Desa Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal, yang telah bersedia berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini.
11. Kepada seluruh pedagang dan pembeli di Pasar Tradisional Desa Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal yang telah membantu dalam hal informasi maupun kesediaan dalam penyusunan skripsi.
12. Bapak tercinta Muchyidin (Alm), yang selalu memberikan motivasi, cinta dan kasih sayang sampai akhir hidupnya. Ibu terhebat, Richanah, terima kasih atas nasehat, perhatian dan do'a yang senantiasa mengiringi penulis dalam menyelesaikan studi.
13. Untuk suami dan anak tersayang, terimakasih atas segala dukungan, motivasi dan do'a yang selalu diberikan.
14. Untuk kakak-kakak tersayang, terima kasih atas setiap dukungan, do'a dan semangat yang diberikan.
15. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syari'ah C Angkatan 2016 yang selalu memberikan doa, cinta semangat, keceriaan dan motivasi.
16. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga semua partisipasi serta sumbangan pikir yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal sholeh dan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari betul bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis terbuka dengan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini memberi manfaat, baik untuk penulis pada khususnya dan semua pihak pada umumnya. Aamiin.

Purwokerto, Juli 2021

Azky Afidah
NIM. 1617201093

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
PERSEMBAHAN.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	5
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
E. Kajian Pustaka	8
F. Sistematika Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Bertahan	17
1. Pengertian Strategi.....	17
2. Konsep Strategi Bertahan	18
3. Jenis Strategi Bertahan	21
B. Pedagang Pasar Tradisional.....	23
1. Pedagang... ..	23
2. Pasar Tradisional	24

C. Masa Pandemi Covid-19	27
D. Landasan Teologis	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
C. Subjek Penelitian	34
D. Objek Penelitian	34
E. Sumber Data	35
F. Teknik Pengumpulan Data	38
G. Teknik Analisis Data	38
H. Uji Keabsahan Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Pasar Jejeg.....	43
1. Sejarah Pasar Jejeg	43
2. Profil Pasar Jejeg	44
3. Struktur Organisasi	45
4. Data Pedagang Pasar Jejeg	45
B. Analisis Strategi Bertahan Pedagang Pasar Jejeg Di Masa Pandemi Covid-19	46
1. Pendapatan Pedagang Setelah Adanya Pandemi Covid-19	47
2. Strategi Bertahan Pedagang Pasar Jejeg	48
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Jumlah Pedagang Pasar Jejeg.....	2
Tabel 1.2	Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2.1	Rekapitulasi Pedagang Pasar Jejeg	44
Tabel 2.2	Data Pedagang Aktif	45
Tabel 2.3	Data Pedagang Tidak Aktif	46
Tabel 2.4	Data Pendapatan Pedagang	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman dan Fieldnote Wawancara
Lampiran 2	Dokumentasi Penelitian
Lampiran 3	Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal Skripsi
Lampiran 4	Blanko/Kartu Bimbingan
Lampiran 5	Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
Lampiran 6	Sertifikat BTA PPI
Lampiran 7	Sertifikat Pengembangan Bahasa arab
Lampiran 8	Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris
Lampiran 9	Sertifikat OPAK IAIN Purwokerto
Lampiran 10	Sertifikat PPL
Lampiran 11	Sertifikat KKN
Lampiran 12	Sertifikat Aplikom
Lampiran 13	Daftar Riwayat Hidup

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Covid-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh virus bernama SARS-COV-2, atau seringkali disebut Virus Corona. Virus Corona sendiri merupakan keluarga virus yang sangat besar. Ada yang menginfeksi hewan, seperti kucing dan anjing, namun ada pula 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. Vaksin dan obatnya belum ditemukan. Saat ini peneliti di penjuru dunia masih berlomba-lomba mencari vaksin dan obatnya. Kurangnya sosialisasi dan tanggapnya pemerintah terhadap virus ini menyebabkan hampir di seluruh dunia terinfeksi virus Covid-19. Selain itu masyarakat yang kurang sadar akan pentingnya menjaga kesehatan dan kebersihan (Irfanudin, et al., 2020).

Pandemi Covid-19 yang dialami negara-negara di dunia memberikan dampak sangat besar. Penerapan status penguncian daerah (*Lockdown*) menghentikan aktifitas masyarakat, baik dari lembaga pemerintahan, perusahaan swasta, wirausaha, transportasi, pariwisata, pendidikan, dan banyak lagi sektor lain yang terkena imbasnya dari penerapan ini. Sulit untuk mengatakan suatu sektor merupakan sektor yang paling berat terdampak Covid-19. Hal ini disebabkan bahwa pandemi Covid-19 hampir memberi dampak pada semua sektor. Pemberian status penguncian daerah (*Lockdown*) memberikan status “dirumahkan” terhadap karyawan-karyawan yang bekerja, bahkan sampai ke status pemberhentian karyawan (PHK) (Komara, et al., 2020).

Di Desa Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal merupakan 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, supir kendaraan umum yang sepi penumpang akibat segala aktivitas dilakukan di rumah. Dalam wawancara yang dilakukan dengan Bapak Samsudin (Carik Desa Jejeg) mengatakan bahwa Desa Jejeg merupakan desa dengan wilayah yang strategis dengan penduduk yang padat. Hal tersebut dikarenakan desa Jejeg sudah mempunyai pasar tradisional yang menjadi pusat ekonomi, sedangkan desa-desa tetangga belum terdapat sehingga membuat masyarakat tersebut banyak yang melakukan kegiatan ekonomi di desa Jejeg seperti berdagang atau sekedar berbelanja memenuhi kebutuhan sehari-hari. Mereka melakukan kegiatan ekonomi di desa Jejeg karena lokasi yang dekat, sedangkan jika ke kecamatan harus menempuh jarak yang lebih jauh lagi. Untuk itu lah fokus utama dalam penelitian ini yaitu pada pasar tradisional yang merupakan sentra ekonomi di desa Jejeg.

Berikut merupakan data mengenai pedagang di pasar Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal.

Tabel 1.1
Daftar jumlah pedagang pasar Jejeg

No.	Jenis Dagangan	Jumlah Pedagang
1.	Sembako	21
2.	Material	1
3.	Pakaian	13
4.	Daging	1
5.	Jajanan	11
6.	Grabahan	2
7.	Pakan burung	1
8.	Alat-alat tukang	1
9.	Tembako	2
10.	Bumbu	11
11.	Gemblong	2
12.	Tempe	5
13.	Tahu	7
14.	Ayam	3
15.	Gorengan	6
16.	Sayuran	21
17.	Ikan asin	3

18.	Ikan basah	2
19.	Ikan pindang	4
20.	Ikan goreng	2
21.	Pisang	2
22.	Jamu	1
23.	Pande besi	1
24.	Buah	7
25.	Nasi	1
26.	Anyaman	1
27.	Kerupuk	3
28.	Lalo	1
29.	Mainan/Eteran	1
30.	Kelapa	1
31.	Hasil bumi	1
32.	Beras	1
33.	Bubur ayam	1
34.	Bakso	3
35.	Serabi	1
36.	Tape	2
37.	Jintul	1
38.	Lauk-pauk	1
39.	Juada	2
40.	Gesek	2
41.	Dage	1
Total Jumlah Pedagang		154

Sumber Data: Observasi pada tanggal 24 Desember 2020

Dari data diatas menunjukkan bahwa ada banyak sekali pedagang di pasar Jejeg dengan berbagai macam jenis dagangan yang mereka jual. Mayoritas pedagang sepi pembeli akibat situasi pandemi seperti saat ini. Kebijakan yang diterapkan pemerintah desa seperti PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) guna menghambat laju penularan virus Covid-19 membatasi akses untuk memasuki wilayah Desa Jejeg yang membuat jumlah pembeli berkurang. Selain itu menurut penuturan Bapak Untung (petugas pasar Jejeg), pandemi membuat jumlah pembeli berkurang dikarenakan mereka takut tertular virus Covid-19, sehingga berdampak pada penghasilan yang didapatkan para pedagang seperti contoh pedagang tempe yang sebelum pandemi memproduksi tempe sebanyak 10kg kini berkurang menjadi 6kg per hari. Dalam wawancara yang dilakukan penulis dengan beberapa pedagang pasar didapati bahwa jumlah pendapatan mereka berkurang drastis selama masa pandemi Covid-19. Salah satunya yaitu

Ibu Hj. Ron yang berjualan ayam mengatakan bahwa biasanya dalam sehari ia bisa menjual ayam sebanyak 5 - 7 ekor kini berkurang menjadi 2 - 3 ekor saja. Selain itu ada Ibu Murti yang berjualan buah mengatakan jika kini ia harus menurunkan harga jual dari biasanya agar dagangannya cepat habis sebelum busuk. Kemudian ada pula Ibu Hj. Surin yang berjualan tahu yang biasanya mendapat untung ratusan ribu kini berkurang menjadi puluhan ribu saja per hari. Lalu ada Hj. Kholipah yang setiap harinya bisa menjual ayam potong sebanyak 10kg – 15kg kini berkurang menjadi 3kg – 5kg saja. Sedangkan Ibu Khomisah yang berjualan sayur mengatakan jika dirinya kini hanya mendapat untung sekitar Rp. 50.000 - Rp. 70.000 per hari dari yang biasanya Rp. 100.000 – Rp. 150.000. Dari kondisi tersebut akhirnya mereka berpikir bagaimana strategi yang bisa mereka lakukan untuk tetap bertahan di masa pandemi Covid-19 seperti saat ini.

Sebagaimana dalam Ekonomi Islam dibolehkan menggunakan berbagai strategi untuk memasarkan atau menjual suatu produk, sepanjang strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan cara-cara yang batil, tidak melakukan penipuan dan kebohongan dan menzalimi pihak lain. Rasulullah SAW sendiri dalam perjalanan dakwahnya mengimplementasikan strategi bisnis dengan prinsip yang *universal* serta tidak terbatas oleh ruangan dan waktu. Hal ini merupakan suatu keniscayaan bagi para pembisnis muslim untuk menerapkan prinsip-prinsip yang dicontohkan Rasulullah SAW, jika ingin mendapatkan keuntungan dan berkah secara bersamaan. Namun tetap diperlukan kesungguhan dan kedisiplinan dan keyakinan untuk terus mengaplikasikannya karena pasti banyak godaan dan tantangan.

Sebagaimana ayat dalam QS. Al-Zalzalah: Ayat 7-8.

﴿۷﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿۸﴾

Artinya: *Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula.* QS. Al-Zalzalah : Ayat 7-8 (Afifah, 2020).

Berdasarkan latar belakang dan hasil wawancara 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 (Studi Kasus di Desa Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal)”**.

B. Definisi Operasional

1. Strategi Bertahan (*Survival Strategy*)

Strategi adalah pola-pola berbagai usaha yang direncanakan oleh manusia untuk dapat memenuhi syarat minimal yang dibutuhkannya dan untuk memecahkan masalah-masalah yang mereka hadapi disitu. Pola-pola disini adalah pola-pola perilaku atau tindakan. Strategi bertahan dalam penelitian ini adalah cara yang digunakan oleh seseorang, atau kelompok orang untuk mempertahankan eksistensi kediriannya yang bernilai atau dianggap bernilai, baik yang bersifat material maupun non material (Purwanti, 2016).

Strategi bertahan hidup adalah salah satu alternatif yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok, terutama pada masyarakat pedesaan atau penduduk lokal, jika menghadapi permasalahan hidup dalam upaya peningkatan atau perkembangan perekonomian dan untuk bisa memenuhi segala kebutuhan hidup (Irwan & Indraddin, 2016, p. 32).

2. Pedagang Pasar Tradisional

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pedagang adalah orang yang menjalankan usaha berjualan, usaha kerajinan, atau usaha pertukangan kecil (Peraturan Daerah no. 10 tahun 1998). Sedangkan dalam kamus ekonomi pedagang adalah seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa mengubah bentuk dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Pedagang dapat dikategorikan menjadi:

- a. Pedagang grosir, yaitu pedagang yang beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dan pedagang eceran.

- b. Pedagang eceran, yaitu pedagang yang mengecer. Menjual produk komoditas langsung ke konsumen. Pemilik toko atau warung adalah contoh dari pengecer.

Pasar tradisional pedagang dibedakan menjadi dua, yaitu pedagang kios dan pedagang non kios. Pedagang kios adalah pedagang yang menempati bangunan kios di pasar, sedangkan pedagang non kios adalah pedagang yang menempati tempat berjualan selain kios, yaitu menempati los, luar los dan dasaran (Nikmah, 2015).

3. Masa Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 adalah peristiwa menyebarnya penyakit corona virus 2019 di seluruh dunia untuk semua negara. Penyakit ini disebabkan oleh corona virus jenis baru yang diberi nama Sars-cov-2. Wabah Covid-19 pertama kali ditemukan di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok pada tanggal 1 Desember 2019, dan ditetapkan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada tanggal 11 Maret 2020. Hingga 14 November 2020, lebih dari 53.281.350 orang kasus telah dilaporkan lebih dari 219 negara dan wilayah seluruh dunia, mengakibatkan lebih dari 1.301.021 orang meninggal dunia dan lebih dari 34.394.214 orang sembuh (m.wikipedia.org). Tujuan WHO menyatakan status pandemi adalah agar semua negara di dunia meningkatkan kewaspadaannya mencegah maupun menangani wabah Covid-19. Hal ini dikarenakan penyakit Covid-19 ini adalah penyakit dengan perantara penyebaran antara manusia dan manusia sehingga memungkinkan penyebaran komunitas dapat terjadi (Pradipta & Nazaruddin, 2020, p. 5).

Langkah-langkah untuk menyikapi pandemi Covid-19 ini juga berdampak langsung kepada pasar, pasokan (produksi barang dan jasa), permintaan (konsumsi dan investasi) dan dunia kerja. Salah satu kebijakan yang dilakukan adalah *social distancing*. *Social distancing* menjadi pilihan yang sulit bagi banyak negara dalam upaya mengimplementasikan kebijakan untuk pencegahan dan pengurangan penyebaran Covid-19,

karena kebijakan *social distancing* ini juga memberikan dampak yang negatif pada berbagai aspek kehidupan manusia. Kebijakan *social distancing* mempunyai dampak bagi kehidupan manusia, terutama aspek ekonomi yang paling terasa dampaknya bagi berbagai lapisan masyarakat. Dampak ekonomi dari pandemi Covid-19 begitu luas dan masif, sehingga mengubah tatanan permainan bisnis hampir secara keseluruhan (Wahyudi & Kusuma, 2020, p. 3).

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu: “Bagaimana strategi bertahan yang dilakukan pedagang pasar tradisional di Desa Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal di masa pandemi Covid-19? ”

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi bertahan yang dilakukan pedagang pasar tradisional di Desa Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal di masa pandemi Covid-19.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan atau bahan diskusi bagi civitas akademik pendidikan ekonomi dan bisnis terutama ekonomi syariah. Penelitian ini menyajikan informasi tentang strategi bertahan pedagang pasar tradisional di masa pandemi Covid-19 di Desa Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis yaitu menambah wawasan atau pengetahuan tentang strategi bertahan yang dilakukan pedagang pasar tradisional di Desa jejeg 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 di masa 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 di Desa Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan bagian yang membahas teori-teori serta mengkaji penelitian-penelitian yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti. Dalam hal ini, pengkajian terkait dengan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, dimaksudkan sebagai bahan acuan dan berguna untuk menghindari adanya kesamaan dengan penelitian yang sudah ada. Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Fadilla Amalia Putri dalam jurnal Sosiologi Andalas, Vol. 5 No. 1 tahun 2019 dengan judul “Strategi Bertahan Pedagang Pasca Bencana Kebakaran di Pasar Atas Kota Bukittinggi”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa ada tiga strategi yang dilakukan oleh pedagang pasca bencana kebakaran. Pertama yaitu strategi aktif, strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan seluruh potensi yang dimiliki oleh pedagang. Yang kedua strategi pasif, yakni dengan meminimalisasi pengeluaran. Terakhir adalah strategi jaringan, yakni strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan jaringan sosial pedagang (Putri, 2019).

Selanjutnya dalam jurnal Sosiatri-Sosiologi Vol.7 No. 3 tahun 2019 oleh Andreas Assan yang berjudul “Strategi Bertahan Hidup Petani Gurem di Desa Tukul Kecamatan Tering, Kabupaten Kutai Barat”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga strategi yang dilakukan petani gurem untuk tetap bertahan hidup yaitu: strategi aktif, strategi pasif dan strategi jaringan. Strategi aktif yang dilakukan petani gurem yaitu dengan mencari pekerjaan

sampingan, anggota keluarga ikut bekerja dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki. Strategi pasif yang dilakukan petani kecil yaitu dengan menerapkan pola hidup hemat. Strategi jaringan yang dilakukan petani gurem yaitu meminta bantuan kepada jaringan sosial yang mereka miliki baik jaringan formal maupun jaringan informal (Assan, 2019).

Kemudian penelitian oleh Fani Haryadi, dkk. Dalam jurnal e-Journal Pendidikan Sosiologi Universitas Pendidikan Ganesha, Vol. 1 No. 3 tahun 2019, yang berjudul “Strategi *Survival* Masyarakat Nelayan Dusun Yehibiyu, Desa Patas, Bali (Sebagai Sumber Belajar Mata Pelajaran Sosiologi di SMA)”. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa; 1) Masyarakat nelayan di Dusun Yehibiyu, Desa Patas berada pada kondisi kemiskinan disaat hasil penangkapan ikan sangat berkurang karena adanya musim paceklik. 2) Masyarakat nelayan di Dusun Yehibiyu, Desa Patas melakukan strategi *survival* untuk dapat bertahan hidup bersama keluarganya. Strategi yang dilakukan antara lain strategi aktif, strategi pasif/mengurangi, dan strategi jaringan. 3) Aspek-aspek strategi *survival* masyarakat nelayan yang bisa dijadikan sebagai sumber belajar mata pelajaran sosiologi di Sekolah Menengah Atas (SMA) yang berkaitan dengan strategi *survival* itu sendiri (Haryadi, et al., 2019).

Penelitian oleh Wan Laura Hardilawati yang berjudul “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19”, dalam jurnal Akuntansi dan Ekonomika Vol. 10 No. 1 tahun 2020. Hasil penelitian ini merekomendasikan strategi bertahan untuk UMKM berupa melakukan perdagangan secara *e-commerce*, melakukan pemasaran secara digital, melakukan perbaikan kualitas produk dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan (Hardilawati, 2020).

Penelitian dalam jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi Vol. 12 No. 1 tahun 2020 yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan pada Industri Mikro dan Kecil Panganan Keripik Kemasan di Kecamatan Coblong Kota Bandung Jawa Barat Tahun 2020 di tengah Situasi Sulit Penyebaran Pandemi Covid-19” oleh Arief Yanto Rukmana dan Tuntun Ariadi Sukanta. Hasil penelitian yaitu strategi bertahan produsen Panganan Keripik

Kemasan adalah dengan adanya model dari porter dari strategi bersaing, produsen mampu bertahan dari persaingan antar produsen keripik yang lebih besar karena strategi bertahan yang digunakan oleh produsen yaitu harga yang terjangkau bagi para konsumen (Rukmana & Sukanta, 2020).

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
Fadilla Amalia Putri	Strategi Bertahan Pedagang Pasca Bencana Kebakaran di Pasar Atas Kota Bukittinggi	Sama-sama meneliti tentang strategi bertahan pedagang pasar tradisional, metode penelitian sama.	Fokus penelitian dan lokasi penelitian.	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa ada tiga strategi yang dilakukan oleh pedagang pasca bencana kebakaran. Pertama yaitu strategi aktif, strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan seluruh potensi yang dimiliki oleh pedagang. Yang kedua strategi pasif, yakni dengan meminimalisasi pengeluaran. Terakhir adalah strategi jaringan, yakni strategi yang

				dilakukan dengan memanfaatkan jaringan sosial pedagang.
Andreas Assan	Strategi Bertahan Hidup Petani Gurem di Desa Tukul Kecamatan Tering, Kabupaten Kutai Barat	Sama-sama meneliti tentang strategi bertahan. Metode penelitian yang digunakan sama.	Subjek penelitian dan lokasi penelitian.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga strategi yang dilakukan petani gurem untuk tetap bertahan hidup yaitu: strategi aktif, strategi pasif dan strategi jaringan. Strategi aktif yang dilakukan petani gurem yaitu dengan mencari pekerjaan sampingan, anggota keluarga ikut bekerja dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki. Strategi pasif yang dilakukan petani kecil yaitu dengan menerapkan pola hidup hemat. Strategi jaringan yang

				dilakukan petani gurem yaitu meminta bantuan kepada jaringan sosial yang mereka miliki baik jaringan formal maupun jaringan informal.
Fani Haryadi, I Wayan Mudana, Luh Putu Sendratari	Strategi <i>Survival</i> Masyarakat Nelayan Dusun Yehibiyu, Desa Patas, Bali (Sebagai Sumber Belajar Mata Pelajaran Sosiologi di SMA)	Sama-sama meneiti tentang strategi <i>survival</i> , metode penelitian sama.	Subjek penelitian dan lokasi penelitian.	Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa; 1) Masyarakat nelayan di Dusun Yehibiyu, Desa Patas berada pada kondisi kemiskinan disaat hasil penangkapan ikan sangat berkurang karena adanya musim paceklik. 2) Masyarakat nelayan di Dusun Yehibiyu, Desa Patas melakukan strategi <i>survival</i> untuk dapat bertahan hidup bersama

				<p>keluarganya. Strategi yang dilakukan antara lain strategi aktif, strategi pasif/mengurangi, dan strategi jaringan. 3) Aspek-aspek strategi <i>survival</i> masyarakat nelayan yang bisa dijadikan sebagai sumber belajar mata pelajaran sosiologi di Sekolah Menengah Atas (SMA) yang berkaitan dengan strategi <i>survival</i> itu sendiri.</p>
Wan Laura Hardilawati	Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19	Sama-sama meneliti tentang strategi bertahan. Jenis penelitian sama.	Subjek penelitian dan lokasi penelitian.	Hasil penelitian ini merekomendasikan strategi bertahan untuk UMKM berupa melakukan perdagangan secara <i>e-commerce</i> , melakukan pemasaran secara digital,

				melakukan perbaikan kualitas produk dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan.
Arief Yanto Rukmana dan Tuntun Ariadi Sukanta	Analisis Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan pada Industri Mikro dan Kecil Panganan Keripik Kemasan di Kecamatan Coblong Kota Bandung Jawa Barat Tahun 2020 di tengah Situasi Sulit Penyebaran Pandemi Covid-19	Sama-sama membahas tentang strategi bertahan di masa pandemi Covid-19. Jenis penelitian sama.	Lokasi penelitian, subjek penelitian.	Hasil penelitian yaitu strategi bertahan produsen Panganan Keripik Kemasan adalah dengan adanya model dari porter dari strategi bersaing, produsen mampu bertahan dari persaingan antar produsen keripik yang lebih besar karena strategi bertahan yang digunakan oleh produsen yaitu harga yang terjangkau bagi para konsumen.

F. Sistematika Penelitian

Sistematika penyusunan dibuat untuk mempermudah pembaca dalam melihat bagian-bagian lebih rinci. Secara keseluruhan sistematika penyusunan penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian pokok, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir. Bagian awal dari penelitian ini adalah terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman pembahasan, kata pengantar, dan daftar isi.

Bagian isi dari penelitian ini terdiri dari lima bab. Secara spesifik bagian isi ini akan memaparkan mengenai inti dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- BAB I Merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika penelitian.
- BAB II Merupakan tinjauan pustaka yang berisi landasan teori yang digunakan sebagai dasar penelitian serta landasan teologis.
- BAB III Merupakan bab metodologi penelitian yang menjelaskan tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan uji keabsahan data.
- BAB IV 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 (Studi Kasus di Desa Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal).
- BAB V Merupakan penutup yang meliputi kesimpulan dan saran yang menyangkut dengan penelitian yang telah diteliti oleh penulis. Kemudian pada bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Bertahan

1. Pengertian Strategi

Menurut Ismail Solihin (2012) kata strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategos*” yang berasal dari “*stratus*” yang berarti militer dan “*ag*” yang berarti memimpin. Strategi dalam konteks awalnya diartikan sebagai *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan dan memenangkan perang. Sementara Nanang Fatah berpendapat bahwa strategi adalah langkah-langkah yang sistematis dan sistemis dalam melakukan rencana secara menyeluruh (makro) dan berjangka panjang dalam pencapaian tujuan (Ahmad, 2020, p. 1).

Jika kita menelusuri dalam kamus bahasa Indonesia strategi merupakan siasat. Artinya, rencana yang tepat untuk menghadapi persoalan hidup dalam rangka pencapaian sasaran. Strategi bisa juga kita katakan sebagai usaha yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk mengatasi apa 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 merupakan 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.

Unsur-unsur diatas membicarakan 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 atau optimal untuk masa yang akan datang (Irwan & Indraddin, 2016, pp. 31-32).

2. Konsep Strategi Bertahan

Menurut Rusyana (2005), *Survival* (bertahan hidup) berasal dari *survive*, yaitu mempunyai pengertian mempertahankan hidup dari situasi yang mendesak. Sedangkan *survivor* yaitu orang yang melakukan tindakan untuk tetap bertahan hidup dalam keadaan darurat. Definisi *survival* adalah tindakan yang dilakukan oleh sekelompok atau seseorang untuk tetap dapat bertahan hidup dalam keadaan darurat. Menurut Suharto (2009) secara umum strategi bertahan hidup (*coping strategies*) dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam menerapkan seperangkat cara untuk mengatasi berbagai masalah yang melingkupi kehidupannya. Strategi penanganan masalah ini pada dasarnya merupakan kemampuan semua anggota keluarga dalam mengelola segenap aset yang dimilikinya.

Bagi manusia, bekerja berarti berperan aktif dalam proses kultural berdasarkan sistem imbalan berhak akan bagian dan hasil usaha kolektif. Manusia merasa bahwa dia harus bekerja sehingga memperoleh penghasilan sebagai sumber kehidupan. Hal ini telah membudaya dalam kehidupan

manusia, bahwa dengan bekerja, orang dapat makan, dan dengan bekerja, orang dapat melanjutkan hidupnya. Manusia selalu bekerja berdasarkan sistem agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, berdasarkan sistem mata pencaharian, baik sebagai buruh, petani, peternak dan nelayan. Ada yang dilakoni manusia sebagai pekerja pokok tetapi ada juga yang melakoninya sebagai pekerja sampingan, demi menambah penghasilan keluarga. Kebutuhan manusia kian hari kian bertambah, dan tidak terbatas. Hal inilah yang mendorong manusia untuk terus bekerja dan mencari sumber penghasilan tambahan demi kebutuhan hidupnya. Sehingga orang miskin dan tidak mampu secara ekonomi tidak akan pasrah pada nasibnya. Mereka akan berusaha untuk bekerja agar tetap bisa bertahan hidup (Gianawati, 2013, pp. 53-55).

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. Menurut White (1977) dalam Sumitro (1996), bahwa dalam rumah tangga miskin untuk bisa bertahan hidup melakukan pengarahan kepada anggota keluarga untuk bisa membantu atau bekerja dalam memenuhi segala kebutuhan hidup. Semua anggota keluarga melakukan aktivitas tersebut, tidak saja untuk membantu keluarga melainkan sebagai mata pencaharian untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. 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 atau optimal untuk masa yang akan datang.

Strategi bertahan hidup adalah salah satu alternatif yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok, terutama pada masyarakat pedesaan atau penduduk lokal, jika menghadapi permasalahan hidup dalam upaya peningkatan atau perkembangan perekonomian dan untuk bisa memenuhi segala kebutuhan hidup (Irwan & Indraddin, 2016, pp. 30-32).

Sejalan dengan itu, Snel dan Staring dalam Resmi Setia (2005: 6) mengemukakan bahwa strategi bertahan hidup adalah sebagai rangkaian tindakan yang dipilih secara standar oleh individu dan rumah tangga yang miskin secara sosial ekonomi. Melalui strategi ini seseorang bisa berusaha untuk menambah penghasilan lewat pemanfaatan sumber-sumber lain ataupun mengurangi pengeluaran lewat pengurangan kuantitas dan kualitas barang atau jasa. Cara-cara individu 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 (Yusuf, 2019).

Dapat disimpulkan bahwa strategi bertahan hidup merupakan suatu proses 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 menunjukkan bahwa masyarakat lokal atau penduduk lokal mempunyai usaha yang kuat untuk melangsungkan kehidupannya. Oleh sebab 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 adalah strategi petani lapisan bawah, menunjuk

kepada adanya sumber yang di luar pertanian sebagai sumber nafkah untuk mencukupi kekurangan di sektor pertanian. Dengan demikian, bahwa strategi tidak saja digunakan pada orang miskin, akan tetapi masyarakat yang mengalami perubahan mata pencaharian hidup sehari-hari yang merupakan sumber pendapatan hidup. Pengertian strategi bertahan hidup tidak saja kepada cara atau alternatif, akan tetapi berorientasi kepada proses yang dilakukan oleh individu atau kelompok ketika mengalami guncangan dalam kehidupannya. Proses tersebut dilakukan sebagai tahapan yang bersifat *step by step* dalam meraih perekonomian untuk lebih baik. Jika kita menelusuri pengertian tentang strategi bertahan hidup bahwa apa yang dilakukan oleh individu atau kelompok masyarakat lokal terutama masyarakat miskin yang mengalami perubahan mata pencaharian, aktivitas yang dilakukan tidak bersifat cepat, akan tetapi penuh dengan kesesuaian atau adaptasi yang baik. Pendapat para ahli, seperti Crow yang melihat bahwa itu adalah pilihan, sebenarnya tidak juga, melainkan sebuah proses aktif yang dilakukan oleh masyarakat untuk bisa bertahan hidup. Mereka melakukan tindakan tersebut karena adanya proses perubahan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat. Misalnya perubahan akibat mata pencaharian, perubahan akibat bencana alam, dan sebagainya. Dengan demikian strategi bertahan hidup merupakan sebuah proses aktif yang dilakukan individu atau kelompok dalam menghadapi permasalahan kehidupan baik secara ekonomi, politik, budaya, maupun sosial. (Irwan & Indraddin, 2016, pp. 32-34).

3. Jenis Strategi Bertahan

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. Menurut Suharto (2009: 31) 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 sebagaimana pendapat Suharto (2009: 31) yang menyatakan bahwa strategi pasif adalah strategi bertahan hidup dengan cara mengurangi pengeluaran keluarga (misalnya biaya untuk sandang, pangan, pendidikan dan sebagainya). Strategi pasif yang biasanya dilakukan oleh masyarakat miskin adalah dengan membiasakan hidup hemat. Hemat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai sikap berhati-hati, cermat, tidak boros dalam membelanjakan uang). Sikap hemat merupakan budaya yang dilakukan oleh masyarakat desa terutama masyarakat desa yang tergolong dalam petani miskin.

c. Strategi jaringan

Strategi jaringan adalah strategi yang dilakukan dengan cara memanfaatkan jaringan sosial. Menurut Suharto (2009: 31) strategi jaringan merupakan 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) (Mulawarman, et al., 2020, pp. 32-33).

B. Pedagang Pasar Tradisional

1. Pedagang

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, arti kata dagang adalah pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk

memperoleh keuntungan. Sedangkan pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang. Pada pasal 2 KUH Dagang disebutkan bahwa pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perdagangan sebagai pekerjaannya sehari-hari (Sidabalok, 2020). Damsar (1997: 106) mendefinisikan pedagang adalah orang atau instansi yang memperjual-belikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung (Yusuf, 2019). Sedangkan dalam kamus ekonomi yang dimaksud pedagang adalah seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa mengubah bentuk dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Pedagang dibagi menjadi tiga sebagai berikut:

- a. Pedagang kecil, adalah pedagang yang membeli barang dagangan dalam jumlah sedang dan menjualnya kembali kepada konsumen akhir.
- b. Pedagang menengah, adalah 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, adalah pedagang yang kegiatannya membeli barang dalam jumlah yang besar dan menjualnya kembali dengan jumlah yang besar pula. Contoh pedagang besar adalah agen, grosir, importir, dan eksportir (Oktima, 2012, p. 224).

Pedagang pasar tradisional dibedakan menjadi dua, yaitu pedagang kios dan pedagang non kios. Pedagang kios adalah pedagang yang menempati bangunan kios di pasar, sedangkan pedagang non kios adalah pedagang yang menempati tempat berjualan selain kios, yaitu menempati los, luar los, dan dasaran (Nikmah, 2015).

2. Pasar tradisional

Pengertian pasar dalam kamus ekonomi adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan

uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang fiat. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian (Oktima, 2012, p. 216).

Kata pasar sudah tidak asing lagi bagi masyarakat baik masyarakat dari kalangan bawah sampai masyarakat dari kalangan atas. Pada umumnya masyarakat hanya mengenal dan membedakan dua jenis pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar mulai berkembang dan menimbulkan dua pengertian, yaitu pengertian pasar secara sempit dan pengertian pasar secara luas. Pengertian pasar secara sempit adalah tempat diperjual-belikannya suatu barang atau jasa yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dalam waktu dan tempat tertentu. Pengertian pasar dalam arti luas adalah besarnya permintaan dan penawaran pada suatu jenis barang atau jasa tertentu (Kartini, 2019, pp. 1-4).

Pasar tradisional adalah lokasi atau tempat bertemunya penjual dan pembeli dimana terjadi tawar-menawar harga atas barang-barang yang dijual yang biasanya merupakan barang kebutuhan sehari-hari, hasil pertanian, dan hasil laut. Pasar tradisional adalah pasar yang dalam pelaksanaannya masih tradisional yang secara langsung penjual dan pembeli dapat berinteraksi sepenuhnya. Setiap daerah di Indonesia ada pasar tradisional, yang juga umum disebut pasar rakyat (Tambunan, 2020).

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan seperti; buah, sayuran, daging; sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama (Indriati & Widiyatmoko, 2008, p. 11).

Dalam pasar, penjual dan pembeli dapat merealisasikan segala keinginannya dalam melakukan transaksi atas barang dan jasa. Selain itu, ada faktor lain yang mendorong terbentuknya pasar. Meraih keuntungan

(*profit*) merupakan faktor dominan bagi terbentuknya mekanisme pasar, seperti halnya investasi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi dalam mewujudkan kesejahteraan hidup manusia.

Pasar merupakan bagian penting dalam kehidupan seorang Muslim. Pasar dapat dijadikan sebagai katalisator hubungan transendental antara Muslim dengan Tuhannya. Dengan kata lain, bertransaksi dalam pasar merupakan ibadah seorang Muslim dalam kehidupan ekonomi. Hal tersebut pernah dilakukan Rasulullah Saw ketika hijrah ke Madinah dimana beliau banyak pergi ke pasar untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Fenomena ini memancing pertanyaan bagi kaum Quraisy.

Allah Swt berfirman,

وَقَالُوا مَا لِهَذَا الرَّسُولِ يَأْكُلُ الطَّعَامَ وَيَمْشِي فِي الْأَسْوَاقِ ۗ لَوْلَا أَنْزَلَ إِلَيْهِ
مَلَكٌ فَيَكُونُ مَعَهُ ۖ نَذِيرًا

“Dan mereka berkata, Mengapa Rasul ini memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar? Mengapa tidak diturunkan kepadanya seorang malaikat agar malaikat itu memberikan peringatan bersama-sama dengan dia.” (QS. Al-Furqan: 7)

Dalam ayat yang lain, Allah menolak keingkaran sebagian Muslimin Madinah terhadap rasul yang telah diutus dari manusia biasa. Ketika itu Rasulullah telah hijrah ke Madinah, dan beliau banyak bepergian ke pasar untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Menurut mereka hal tersebut merendahkan martabat seorang rasul.

Allah SWT berfirman,

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ

“Dan Kami tidak mengutus rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar, ...” (QS. Al-Furqan: 20)

Konsep dan kaidah umum dalam sistem ekonomi Islam yang bertujuan untuk memotivasi bergairahnya kegiatan ekonomi melalui

mekanisme pasar dan profit bukanlah merupakan tujuan akhir dari kegiatan investasi ataupun bertransaksi. Setiap penjual dan pembeli berkeinginan untuk mendapatkan laba yang maksimal. Syariah tidak melarang adanya laba dalam jual beli. Dan syariah juga tidak membatasi laba yang harus dihasilkan. Tetapi, syariah hanya melarang adanya penipuan, tindak kecurangan, melakukan kebohongan atas kebaikan barang, serta menyembunyikan aib yang terdapat dalam suatu barang (Marthon, 2007, pp. 87-88).

Pasar tradisional menempati ruang tersendiri di hati para konsumennya dengan ke ramah-tamahan yang khas yang otentik tanpa dibuat-buat. Dalam pasar tradisional pertemuan penjual-pembeli bukan hanya tindakan memenuhi kebutuhan dalam term ekonomis. Lebih dari itu, aktivitas pasar ini selain memenuhi kebutuhan adalah tindakan sosial. Yaitu berlangsungnya interaksi antara penjual dan pembeli. Di pasar pula akan terlihat, bahwa manusia adalah *homo socius*, makhluk yang tak bisa hidup sendiri tanpa orang lain. Disini terlihat pasar bukan hanya institusi pengeruk keuntungan, tapi juga bermakna sosial.

Hubungan personal antara penjual dan pembeli di pasar tradisional yang karib, memberi kemudahan tersendiri. Pembeli tak perlu lagi takut harga yang dipatok terlalu mahal, atau ditipu soal kualitas barang. Dalam pasar tradisional inilah, kejujuran diutamakan (Indriati & Widiyatmoko, 2008, pp. 9-12). Keadaan pasar tradisional secara umum adalah sebagai berikut.

- a. Penuh sesak antara pembeli dan penjual (penjual sayur, daging dan lain-lain) yang kalau dibandingkan sama-sama banyaknya.
- b. Bau yang tidak enak membuat kepala pusing (percampuran antara bau sayur, daging, ayam, sisa-sisa kupasan kelapa, makanan, bercampur jadi satu dan membuat nafsu makan turun), yang kadang-kadang memaksa kita untuk tutup hidung ketika lewat.
- c. Banyak lalat yang senantiasa ada ke manapun kita jalan.
- d. Hujan tidak hujan tetap saja becek, jadi harus memakai sandal jepit.

Meski dengan kondisi tersebut pasar tradisional masih memiliki kelebihan, yaitu sebagai berikut.

- a. Barang-barang dagangan masih segar, misalnya sayur dan buah yang didatangkan langsung dari petani.
- b. Harganya murah dan dapat ditawar.
- c. Pedagangnya ramah-ramah, sehingga kita dapat menjalin hubungan kekeluargaan dengan pedagang (Indriati & Widiyatmoko, 2008, p. 16).

C. Masa Pandemi Covid-19

Awal tahun 2020 dunia tengah dilanda wabah virus Corona atau Covid-19. Virus ini bagai teror besar bagi seluruh umat manusia, dari negara maju hingga negara berkembang telah terjangkit virus yang kini telah ditetapkan oleh WHO sebagai pandemi. Covid-19 yang terjadi menimbulkan kekhawatiran bagi seluruh masyarakat dunia, pasalnya virus yang menyebar memberikan dampak yang tidak sedikit di berbagai sektor. Bukan hanya dari segi kesehatan dan medis, perekonomian pun ikut terpukul akibat pandemi ini (Octaviani, et al., 2020).

WHO pada 11 Februari 2020 mengumumkan bahwa Covid-19 menjadi nama resmi dari penyakit ini. “CO” berarti “Corona”, “VI” untuk “*virus*”, dan “D” untuk “*disease*”. Lalu “19” merupakan penanda tahun virus ini ditemukan, yaitu 2019. Penamaan ini dilakukan untuk menghindari referensi penyakit ke daerah geografis tertentu, hewan, atau sekelompok orang sesuai rekomendasi internasional untuk menghindari stigmatisasi. Saat ini lebih dari 150.000 kasus terkonfirmasi Covid-19 di lebih dari 100 negara di dunia. Data ini akan terus bertambah seiring dengan datangnya waktu. Tiongkok adalah negara dengan kasus terbanyak, yaitu lebih dari 80.000 kasus dengan 83% kasusnya berasal dari provinsi Hubei. Pandemi adalah wabah atau penyakit yang berjangkit secara bersamaan dengan penyebaran secara global di seluruh dunia. Tujuan WHO menyatakan status pandemi pada 11 Maret 2020 adalah agar semua negara di dunia meningkatkan kewaspadaannya mencegah maupun menangani wabah Covid-19. Hal ini dikarenakan penyakit Covid-19 adalah penyakit

dengan perantara penyebaran antara manusia dan manusia sehingga memungkinkan penyebaran komunitas terjadi. WHO meminta untuk setiap negara mampu mendeteksi, merawat, melacak, dan membuat sistem kesehatan yang baik (Pradipta & Nazaruddin, 2020, pp. 3-5).

Di tengah wabah pandemi Covid-19 yang sedang terjadi di Indonesia, banyak dampak yang terjadi bagi perekonomian masyarakat Indonesia, terutama pedagang di pasar tradisional. Semenjak beberapa daerah memberlakukan pembatasan pergerakan orang, kerumunan sampai ada yang melakukan karantina parsial sehingga banyak pedagang yang merugi karena pembeli sangat jarang bahkan tak ada. Beberapa pedagang masih mencari peruntungan berjualan meski dengan risiko ditertibkan. Hal itu, karena kehidupan mereka sangat bergantung kepada pendapatan harian (Sinaga & Purba, 2020). Pandemi yang sedang berlangsung, telah membuat tatanan kehidupan kita berubah sangat signifikan. Banyak yang kehilangan pekerjaan, sehingga harus jeli melihat peluang yang ada, agar tetap bisa *survive* (Nofriansyah, et al., 2020, p. 23).

D. Landasan Teologis

Dalam penelitian ini yang berjudul “Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional di Masa Pandemi Covid-19” mengandung landasan teologis yang menjelaskan tentang strategi bertahan.

Strategi merupakan sebuah rencana atau tindakan yang dilakukan untuk menghadapi permasalahan. Dalam penelitian ini, strategi digunakan oleh pedagang pasar tradisional untuk bisa bertahan melakukan kegiatan jual beli demi menghasilkan pendapatan di masa pandemi Covid-19. Dalam Islam strategi boleh dilakukan asalkan tidak merugikan siapa pun. Sebagaimana ayat dalam QS. Al-Zalzalah: Ayat 7-8.

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

“Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan

seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula.” QS. Al-Zalzalah : Ayat 7-8 (Afifah, 2020)

Landasan teologis yang kedua yaitu mengenai macam-macam strategi bertahan yang dilakukan. Yang pertama yaitu strategi aktif dengan memanfaatkan segala potensi yang ada, seperti suami/istri ikut membantu bekerja. Islam tidak melarang wanita untuk bekerja dan berbisnis. Karena Allah SWT mensyariatkan dan memerintahkan hambanya untuk bekerja, Allah SWT berfirman:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ ۚ وَاَلْمُؤْمِنُوْنَ ۗ وَسَتُرَدُّوْنَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَاَلشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُوْنَ ﴿١٠٥﴾

“Katakanlah (wahai Muhammad), bekerjalah kalian! maka Allah, Rasul-Nya, dan para mukmin akan melihat pekerjaanmu.” (QS. At-Taubah: 105).

Perintah ini mencakup pria dan wanita. Allah SWT juga mensyariatkan bisnis kepada semua hamba-Nya, karenanya seluruh manusia diperintahkan untuk berbisnis, berikhtiar, dan bekerja, baik itu pria maupun wanita.

Kedua, strategi pasif yakni dengan meminimalisir pengeluaran contohnya dengan hidup hemat. Islam sebagai agama yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia juga telah memberikan tuntunan agar tidak terjerumus pada gaya hidup berlebihan, Islam mengajarkan agar umatnya hidup secara hemat. Allah berfirman dalam QS. Al-Israa: 26-27

وَلَا تُبَدِّرْ تَبَدِيرًا ﴿٤٦﴾ اِنَّ الْمُبَدِّرِيْنَ كَانُوْا اِخْوَانَ الشَّيْطٰنِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطٰنُ لِرَبِّهٖ كَفُوْرًا ﴿٤٧﴾

“....dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu ialah saudara-saudara setan, dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”

Menjadi orang hemat merupakan pilihan hidup yang bertanggung jawab. Sebab, masing-masing orang pada akhirnya harus bertanggung jawab untuk setiap rupiah yang dikeluarkannya. Dan, Al-Qur'an memiliki cara yang indah untuk menggiring manusia agar terbiasa hidup hemat dan tidak terjebak pada sifat boros. Secara bertahap, Allah SWT menjelaskan bahwa sifat boros hanya

akan merugikan manusia. Pada awalnya, Dia menyarankan manusia untuk memikirkan pemasukan dan pengeluaran. Kita diingatkan bahwa kita memiliki kewajiban untuk menafkahi keluarga dan kebutuhan lainnya (Ahmad, 2018, pp. 174-177).

Selain Al-Qur'an, hadist Nabi juga mengajak umat agar selalu hidup hemat dan sederhana seperti yang diriwayatkan oleh Al-Baihaqi dan At-Tabrani, "Bersikap ekonomis (hemat) dapat menjamin separuh penghidupan".

Jelas sekali dalam ayat Al-Qur'an dan Hadist bahwa islam membenci hidup boros dan sebaliknya menganjurkan hidup hemat dan sederhana. Sebagaimana ditegaskan dalam firman Tuhan bahwa si pemboros adalah teman setan dan setan adalah musuh manusia, jadi si pemboros ialah musuh manusia. Kalau menjadi manusia yang dimusuhi, tentu kesejahteraan dan kebahagiaan hidup dunia akhirat tidak akan tercapai, sia-sialah hidup di muka bumi ini sekian lama. Oleh karena itu, Islam melarang berlaku boros dan menyuruh kepada umatnya agar senantiasa hemat dan sederhana (Syukur, et al., 2003, pp. 76-77).

Kemudian yang terakhir yaitu, strategi jaringan seperti dengan menjalin hubungan atau relasi agar transaksi jual-beli tetap lancar. Dalam hadist Nabi SAW, riwayat Anas ibn Malik ra, yang disampaikan oleh al-Bukhari dalam kitab shahihnya:

مَنْ سَرَهُ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ، أَوْ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ، فَلْيَصِلْ رَجْمَهُ

"Barangsiapa ingin agar rezekinya dilapangkan dan pengaruhnya diluaskan maka hendaknya ia menyambung tali silaturahmi"

Dari ketiga strategi tersebut dilakukan agar para pedagang pasar tradisional tetap bertahan di masa pandemi Covid-19. Al-Qur'an memberikan gambaran bahwa wabah Covid-19 yang saat ini sedang menimpa umat Muslim di Indonesia, itu adalah suatu musibah karena umat muslim sedang diuji oleh Allah SWT. Sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 156:

الَّذِينَ إِذَا أَصَابَتْهُمُ مُصِيبَةٌ قَالُوا إِنَّا لِلَّهِ وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ ﴿١٥٦﴾

“(yaitu) orang-orang yang apabila ditimpa musibah, mereka berkata “Inna lillahi wa inna ilaihi raji’un” (sesungguhnya kami milik Allah dan kepada-Nyalah kami kembali).”(QS. Al-Baqarah: 156)

Selain itu, masyarakat pun harus meyakini dan menyadari bahwa segala bentuk musibah yang ada di muka bumi ini adalah seizin dari Allah SWT. Sebagaimana dalam Al-Qur’an surat At-Taghabun ayat 11:

مَا أَصَابَ مِنْ مُصِيبَةٍ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ

“Tidak ada suatu musibah pun yang menimpa seseorang, kecuali atas izin dari Allah SWT.”

Dan bisa jadi pula, wabah virus Covid-19 ini merupakan teguran, peringatan dari Allah SWT. Tidak sedikit dampak dari wabah penyakit menular ini yang menyebabkan berbagai respon, ada yang menganggap bahwa virus Covid-19 ini azab dan siksaan dari Allah SWT untuk umat Muslim dan ada pula yang menganggap bahwa virus Covid-19 ini merupakan ujian bagi umat Muslim (Saomi & Muvid, 2020, pp. 2-3).

Meski begitu, Allah tidak akan memberikan ujian melebihi batas kemampuan hamba-Nya. Jika hari ini kita sedang diuji, berarti kita mampu untuk melewatinya. Setiap ujian yang datang silih berganti, telah membuat manusia menjadi sosok yang lebih sabar juga kuat. Meskipun terkadang ujian itu sangat berat. Tapi percayalah, di balik setiap ujian yang berat ada seutas senyum yang tersungging. Begitu lah cara Allah mengasihi setiap makhluk-Nya. Ujian yang datang silih berganti pasti memiliki hikmah yang terselip di dalamnya. Anggap saja ujian itu sebagai latihan dalam melatih kesabaran. Karena Allah selalu bersama orang-orang yang sabar (Al-Munawwar, et al., 2017, pp. 27-28).

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian adalah terjemahan dari Bahasa Inggris *research*, *research* berasal dari kata *re*, yang berarti kembali dan *to search* yang berarti mencari, dengan demikian arti sebenarnya dari *research* adalah mencari kembali, pencarian berulang-ulang. Menurut Durri Andriani (2013) penelitian sebagai proses mengumpulkan dan menganalisis data atau informasi secara sistematis sehingga menghasilkan kesimpulan yang sah.

Sedangkan istilah metodologi berasal dari bahasa Yunani yakni *methodos* dan *logos*, *methodos* berarti cara, kiat dan seluk beluk yang berkaitan dengan upaya menyelesaikan sesuatu, sementara *logos* berarti ilmu pengetahuan, cakrawala dan wawasan. Dengan demikian metodologi adalah metode atau cara-cara yang berlaku dalam kajian atau penelitian.

Oleh karena itu secara sederhana disimpulkan bahwa metodologi penelitian adalah kegiatan yang dilakukan secara sistematis guna menyelesaikan suatu permasalahan atau menjawab pertanyaan. Juga dijelaskan bahwa penelitian adalah penggunaan metode ilmiah secara formal dalam menyelesaikan masalah (Fitrah & Luthfiyah, 2017, pp. 24-27).

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung pada responden untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi suatu unit social seperti halnya individu, kelompok, lembaga atau masyarakat (Suryabrata, 2010, p. 80). 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, p. 51). Dalam penelitian ini pembahasan difokuskan pada

bagaimana strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional di masa pandemi Covid-19, studi kasus di Desa Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di pasar tradisional desa Jejeg yang terletak di Jl. Raya Jejeg – Balapulang, Gunungguntur, Cawitali, Bumijawa, Tegal, Jawa Tengah. Sedangkan waktu penelitian dilakukan mulai Desember – April 2021.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian secara lebih spesifik dalam konteks penelitian adalah orang yang menjawab pertanyaan peneliti melalui wawancara, tanya jawab, atau dialog (Tohardi, 2019, p. 491). Subjek dalam penelitian ini adalah pedagang pasar dengan mengambil 20 pedagang dengan jenis dagangan yang berbeda. Serta 5 orang pengunjung atau pembeli di pasar Jejeg dan petugas pasar Jejeg.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sasaran atau masalah yang akan diteliti (Tohardi, 2019, p. 497). Objek yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah strategi bertahan pedagang pasar tradisional desa Jejeg di masa pandemi Covid-19.

D. Sumber Data

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 (Sugiyono, 2016, p. 225)

Menurut Moleong (2007) sumber data penelitian kualitatif adalah tampilan yang berupa kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh peneliti, dan benda-benda yang diamati sampai detailnya agar dapat ditangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya. Sumber data penelitian kualitatif secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua:

1. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti atau lembaga tertentu langsung dari sumbernya, dicatat dan diamati untuk

pertama kalinya dan hasilnya digunakan langsung oleh peneliti atau lembaga itu sendiri untuk memecahkan persoalan yang akan dicari jawabannya. Data ini sering disebut data asli, bisa berwujud hasil wawancara, pengisian kuesioner, atau bukti transaksi seperti tanda bukti pembelian barang dan karcis parkir (Agung, 2012, p. 60). Data primer merupakan data yang diperlukan dalam penelitian ini yang bersumber dari jawaban lisan melalui wawancara. Sumber data ini yang pertama adalah petugas pasar Jejeg, Carik desa Jejeg, dan tentunya pedagang pasar Jejeg sekaligus pembeli di pasar Jejeg, dan sumber data yang diperoleh dari gambaran tentang kondisi langsung berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini tempat yang digunakan ialah pasar tradisional desa Jejeg.

2. 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, gambar dan yang lainnya sehingga lebih informatif oleh pihak lain (Agung, 2012, p. 60). 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 teorinya Irwan dan Indraddin, kemudian skripsi karya Henzik Chasan El Syarif serta dari buku kajian pembangunan manusia berbasis gender 2019 dan buku metode penelitian menurut Sugiyono, serta referensi dari jurnal yang terkait dengan strategi bertahan pedagang pasar tradisional.

E. Teknik Pengumpulan Data

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

1. Observasi (Pengamatan)

Nasution (1988) menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas (Sugiyono, 2016, pp. 224-226).

Teknik pelaksanaan observasi dapat dilaksanakan secara langsung yaitu peneliti atau pengamat berada secara langsung bersama obyek yang diteliti, dan tidak langsung yakni pengamatan yang dilakukan tidak pada saat berlangsungnya suatu peristiwa yang diteliti (Tanzeh, 2011, p. 84). Penulis datang ke pasar Jejeg untuk mengamati kegiatan pedagang yang ada di pasar tradisional Desa Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal.

2. Wawancara

Wawancara adalah 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 responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi (Sugiyono, 2016, p. 231). Wawancara atau *interview* untuk penelitian berbeda dengan percakapan sehari-hari. Wawancara biasanya bermaksud untuk memperoleh keterangan, pendirian, pendapat secara lisan dari seseorang yang biasanya disebut *responden* dengan berbicara langsung dengan orang tersebut. Dengan demikian wawancara beda dengan ngobrol. Wawancara atau *interview* dapat diartikan sebagai cara yang dipergunakan untuk mendapatkan informasi dari responden secara bertanya langsung bertatap muka. Namun dengan perkembangan

telekomunikasi misalnya kita dapat melakukan teknik wawancara dengan telepon maupun internet. Wawancara disebut juga proses komunikasi dan interaksi oleh karenanya antar responden dan pewawancara mensyaratkan adanya penggunaan simbol-simbol tertentu (misal bahasa) yang saling dapat dimengerti kedua belah pihak sehingga memungkinkan terjadinya aktivitas wawancara. Sedangkan interaksi sosial sangat diperhatikan karena ini terkait dengan kualitas perolehan data. Selain itu, situasi saat wawancara dan topik juga mempengaruhi kualitas data. (Mamik, 2015, pp. 108-109). Dalam penelitian ini teknik wawancara yang digunakan adalah 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 Jejeg, petugas pasar Jejeg, dan juga perangkat desa Jejeg. Wawancara ini sangat penting dilakukan karena tidak semua data dapat dikumpulkan hanya melalui observasi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, namun melalui dokumen. Dokumen yang digunakan dapat berupa buku harian, surat pribadi, laporan, notulen rapat, catatan kasus dalam pekerjaan sosial dan dokumen lainnya (Agung, 2012, p. 66). Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mencari bukti-bukti dari sumber nonmanusia terkait dengan objek yang diteliti yang berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiarto, 2015, p. 88). Dalam penelitian ini peneliti akan mengumpulkan data-data berupa foto atau gambar pedagang pasar dalam upaya strategi bertahan yang dilakukan. Teknik dokumentasi akan penulis gunakan untuk mencari data-data dalam bentuk dokumen atau arsip maupun gambar yang berkaitan dengan strategi bertahan pedagang pasar tradisional di masa pandemi Covid-19.

F. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yaitu merupakan teknik pengambilan sampel. Terdapat berbagai macam teknik sampling untuk menentukan sampel yang akan dipakai dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya bisa dikelompokkan menjadi dua macam yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* adalah suatu teknik sampling yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, teknik ini terdiri atas; *Simple Random Sampling*, *Disproportionate Stratified Random Sampling*, *Proportionate Stratified Random Sampling*, dan *Cluster Sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, teknik ini terdiri atas; *Sampling Sistematis*, *Sampling Kuota*, *Sampling Oksidental*, *Purposive Sampling*, *Sampling Jenuh* dan *Sampling Snowball*. Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yaitu suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus (Siyoto & Sodik, 2015, pp. 65-66). Pertimbangan tersebut dalam penelitian ini adalah pedagang yang berdagang di pasar jejeg, mengambil beberapa pedagang dari masing-masing jenis dagangan. Peneliti mengambil 20 sampel pedagang yang ada di pasar Jejeg, karena dari 20 sampel tersebut dianggap paling tahu dan sudah mewakili dari masing-masing jenis dagangan tentang strategi apa yang dilakukan di masa pandemi Covid-19.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih nama yang penting, dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Menurut Miles and Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (Sugiyono,

2016, p. 244). Analisis merupakan proses pemecahan data menjadi komponen-komponen yang lebih kecil berdasarkan elemen dan struktur tertentu. Menurut Moleong, analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikan, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Adapun tujuan analisis data kualitatif adalah mencari makna dibalik data yang melalui pengakuan subyek pelakunya. Peneliti dihadapkan kepada berbagai objek penelitian yang semuanya menghasilkan data yang membutuhkan analisis. Data yang didapat dari obyek penelitian memiliki kaitan yang masih belum jelas. Oleh karenanya, analisis diperlukan untuk mengungkap kaitan tersebut secara jelas sehingga menjadi pemahaman umum.

1. Reduksi Data

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 merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada dalam data penelitian. Dengan kata lain proses reduksi data ini dilakukan oleh peneliti secara terus-menerus saat melakukan penelitian untuk menghasilkan catatan-catatan inti dari data yang diperoleh dari hasil penggalian data. Dengan demikian, tujuan dari reduksi data ini adalah 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. Dari wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan, mengamati obyek dan mendokumentasikan data yang diperlukan. Dari informasi yang

didapat untuk kemudian direduksi menjadi data yang sesuai dan dibutuhkan untuk keberlangsungan proses penelitian.

2. Penyajian Data

Menurut Miles dan Huberman bahwa: Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya. 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 desa Jejeg apakah mengalami kenaikan atau penurunan pengunjung/ pembeli, bagaimana dampak dari adanya covid-19 ini bagi pembeli, serta bagaimana strategi-strategi yang dilakukan pedagang untuk tetap bertahan di masa pandemi Covid-19 ini.

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. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut (Siyoto & Sodik, 2015, pp. 120-124). 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.

H. Uji Keabsahan Data

Dalam teknik pengumpulan data pada penelitian ini, teknik uji keabsahan yang digunakan adalah triangulasi. Yakni pengecekan dengan cara memeriksa ulang data. Pemeriksaan ulang dapat dilakukan sebelum dan atau sesudah data dianalisis. Pemeriksaan dengan cara triangulasi dilakukan untuk meningkatkan derajat kepercayaan dan akurasi data. Triangulasi dilakukan dengan tiga strategi yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi waktu. Melalui triangulasi sumber, peneliti mencari informasi lain tentang topik yang dikajinya dari sumber atau partisipan lain. Pada prinsipnya, semakin banyak sumber maka akan semakin baik hasilnya.

Triangulasi metode merupakan jenis triangulasi dengan memadukan atau menggunakan lebih dari satu metode dalam menganalisis data penelitian. Pada prinsipnya triangulasi metode mengharuskan digunakannya lebih dari satu metode untuk melakukan pemeriksaan ulang.

Terakhir, triangulasi yang dapat digunakan dalam pemeriksaan data adalah triangulasi waktu. Triangulasi ini melakukan pengecekan pada waktu atau kesempatan lain yang berbeda (Helaluddin, 2019, pp. 135-136).

Pada penelitian ini triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber karena dilihat dari data yang akan diperoleh dihasilkan dari pedagang pasar Jejeg, pembeli serta petugas pasar. Peneliti mencari informasi bukan hanya dari pedagang saja tetapi pada pembeli dan petugas pasar Jejeg. Dalam penelitian ini hasil wawancara yang dilakukan dengan objek penelitian yaitu pedagang pasar Jejeg, pembeli di pasar Jejeg, serta petugas pasar jejeg.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pasar Jejeg

1. Sejarah Pasar Jejeg

Pasar Jejeg adalah pasar yang terletak di Desa Jejeg. Desa Jejeg sendiri merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia dengan luas wilayah sebesar 333,40 m². Desa Jejeg merupakan desa yang cukup padat, karena memiliki kepadatan sejumlah 2.026 dengan total jumlah penduduk sebanyak 5.961. Angka yang tidak sedikit, karena Bumijawa merupakan wilayah perindustrian/jasa yang cukup luas. Desa Jejeg merupakan sentral ekonomi di Kecamatan Bumijawa, dan tanaman padinya sangat melimpah, sehingga desa ini tidak pernah terkena paceklik. Meskipun Desa Jejeg terletak di pegunungan, namun akses ke Desa Jejeg terbilang sangat mudah yakni bisa dilalui dari daerah Bumijawa, Bumiayu, dan Balapulang sehingga dijadikan jalur alternatif. Desa Jejeg terletak sekitar 13 Km dari gunung Slamet, gunung tertinggi kedua setelah Gunung Semeru. Desa Jejeg sangat ramai pada siang hari namun pada malam hari terasa sangat sepi. Berbanding terbalik dengan suasana siang hari. Desa Jejeg sendiri namanya diambil dari pendiri Desa Jejeg, masyarakat lebih sering menyebutnya Mbah Jigja atau yang lebih dikenal dengan nama Syekh Dzatul Kahfi, beliau berasal dari Yogyakarta, Kesultanan Mataram Islam, namun untuk tahunnya kurang pasti kapan mengingat minimnya sumber informasi. Sebelumnya Desa Jejeg merupakan hutan belantara yang kemudian dibuka oleh Mbah Jigja hingga pada akhirnya Desa Jejeg menjadi ramai karena tanahnya yang subur dan berlimpah airnya, dan Mbah Jigja juga menjadi sesepuh di daerah tersebut. Untuk itu sebagai tanda penghormatan desa ini diberi nama atau dikenal dengan sebutan Desa Jejeg.

Asal muasal dari pasar Jejeg sendiri berawal dari ketika banyaknya warga masyarakat yang berjualan di pinggir jalan Desa Jejeg. Mereka berkumpul dan melakukan kegiatan ekonomi hingga berkembang sampai saat ini, mulai dari hasil bumi, pakaian, alat-alat rumah tangga, dll dijual dalam pasar ini. Pasar Jejeg berdiri pada tahun 1985. Sejak saat itulah, para pedagang kecil yang tadinya berada di pinggir jalan, mulai diatur oleh pengelola/petugas, sehingga pada saat itu juga mereka harus membayar retribusi kepada petugas pasar setiap harinya. Adapun kegiatan pasar dilaksanakan setiap hari dari pagi hingga siang hari (harian biasa). Adapun hari pasaran setiap Pon (Harian Pon).

2. Profil Pasar Jejeg

Pasar Jejeg berada di Jln. Raya Jejeg - Balapulung, Gunungguntur, Cawitali, Bumijawa, Tegal, Jawa Tengah. Layaknya pasar tradisional pada umumnya, pasar ini menyediakan berbagai jenis kebutuhan pokok serta bahan makanan. Keberadaan pasar ini mempunyai posisi yang strategis karena terletak di jalur transportasi utama. Sebagai jalur penghubung masyarakat antar desa, posisi ini memberikan peluang bagi para pedagang pasar serta para pelaku usaha lain yang ada di pasar Jejeg. Pasar ini terdiri dari kios dan los, serta dasaran terbuka atau lemprakan yang dibuka oleh penjual dan pengelola pasar. Saat ini pasar Jejeg sedang dilakukan renovasi dan sudah mencapai 90% selesai. Pasar jejeg digolongkan ke dalam pasar desa karena pengaturan dan retribusi merupakan kewenangan Desa Jejeg. Pedagang/penjual yang ada di pasar Jejeg mayoritas merupakan penduduk asli Desa Jejeg dan minoritas terdiri dari masyarakat desa tetangga seperti Desa Muncanglarang, Begawat, Pagerkasih, Sigidong, Bumijawa, Batumirah. Bahkan ada juga beberapa pedagang yang bukan dari masyarakat kecamatan Bumijawa. Mereka mulai berjualan dari jam 05.00 pagi hingga jam 11.00 siang.

Tabel 2.1 Rekapitulasi Pedagang Pasar Jejeg

No.	Jumlah lapak	Jumlah pedagang terdaftar	Jumlah pedagang aktif
-----	--------------	---------------------------	-----------------------

1.	Kios	Los	Kios	Los	Kios	Los	Lemprakan dalam	Lemprakan luar
2.	22	5	22	94	12	75	32 dan 15 (Pedagang Hewan tiap hari pasaran pon)	15

Sumber: Data Primer, 2021.

3. Struktur organisasi

Struktur organisasi UPTD Pasar Wilayah VIII Pasar Jejeg

1. Kepala UPTD : Muritno (NIP: 196510151990031013)
2. Kasubag TU : -
3. Pegawai Pasar : 1. Untung Wahyudi (NIP: 197712312010011002)
2. Topik (NIP: 196607152007011035)

Struktur Organisasi Paguyuban

1. Nama paguyuban : KOPAS
2. Ketua : H. Sudarno
3. Sekretaris : Maqinun Amin

4. Data pedagang pasar Jejeg

- a. Data pedagang pasar jejeg UPTD pasar daerah VIII

Tabel 2.2 Data Pedagang Aktif

No.	Lokasi/ tempat	Jumlah pedagang	Jumlah lokasi/ tempat	Jumlah jenis dagangan
1.	Kios	18 pedagang	9 kios, 4 sewa toko, 5 swadaya	7 jenis
2.	Pangkalan los I	12 pedagang	12 los	5 jenis
3.	Pangkalan los II	15 pedagang	15 los	8 jenis
4.	Pangkalan los III	15 pedagang	15 los	10 jenis

5.	Pangkalan los IV	15 pedagang	15 los	11 jenis
6.	Los auning	17 pedagang	17 auning	14 jenis
7.	Lemprakan depan	42 pedagang	42 tenda depan	22 jenis
8.	Lemprakan dalam	20 pedagang	20 tenda auning belakang	4 jenis

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021.

- b. Data pedagang pasar jejeg UPTD pasar daerah VIII yang tidak aktif

Tabel 2.3 Data Pedagang Tidak Aktif

No.	Lokasi/ tempat	Jumlah pedagang	Jumlah jenis dagangan
1.	Kios, Los I, II, III, IV, Auning, Sewa tanah	26 pedagang	7 jenis

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021.

B. Analisis Strategi Bertahan Pedagang Pasar Jejeg Di Masa Pandemi Covid-19

Di masa pandemi Covid-19 seperti saat ini tentu memberikan pengaruh terhadap aktivitas pedagang di pasar tradisional. Kondisi yang mereka alami berubah drastis dari yang sebelumnya ramai oleh pembeli kini berbanding terbalik menjadi sepi pembeli. Oleh sebab itu banyak dari pedagang pasar Jejeg mengalami kerugian. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Untung Wahyudi (2020), didapati bahwa para pedagang di pasar Jejeg mengalami penurunan pendapatan dikarenakan menurunnya jumlah pembeli akibat takut tertular virus Covid-19.

Penulis juga mewawancarai beberapa pembeli di pasar Jejeg untuk mendapatkan informasi dari sisi pengunjung. Salah satunya yaitu Ibu Janatin yang mengatakan bahwa dirinya jarang ke pasar. Beliau lebih memilih belanja kebutuhan ke penjual sayur keliling. Menurutnya belanja di pasar ataupun belanja ke penjual keliling sama saja karena barang yang dibutuhkan masih sama-sama segar hanya saja harga relatif lebih mahal penjual sayur keliling, sehingga ibu Janatin lebih memilih belanja pada penjual sayur keliling daripada harus pergi ke pasar langsung untuk cari aman. Bahkan jika ada tetangga yang

hendak ke pasar beliau tidak sungkan untuk menitip barang yang dibutuhkan kepada tetangganya tersebut. Namun, jika memang sudah tergesa baru lah beliau pergi ke pasar untuk membeli barang yang ia butuhkan (Janatin, 2021).

Beberapa pembeli lain juga memberi pernyataan yang sama dengan ibu Janatin. Kebanyakan dari mereka takut ke pasar sehingga memilih alternatif lain seperti membeli sayur pada penjual keliling, menitip kepada tetangga yang hendak ke pasar, membeli makanan matang, bahkan ada juga yang memesan sayur pada ojek *online* (melalui aplikasi *WhatsApp*).

1. Pendapatan Pedagang Setelah Adanya Pandemi Covid-19

Pendapatan adalah sesuatu yang diterima seseorang sebagai hasil kerja (usaha); jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual (Oktima, 2012, p. 229). Pendapatan pedagang sudah pasti dihasilkan dari adanya pembeli. Namun karena kondisi pandemi Covid-19 seperti saat ini memberikan pengaruh terhadap tingkat pendapatan para pedagang. Sebagian besar mengalami penurunan dikarenakan berkurangnya jumlah pembeli.

Seperti penuturan salah satu pedagang yang bernama ibu Tia penjual sayur yang mengatakan bahwa pendapatannya berkurang bahkan mencapai setengah dari pendapatannya sebelum pandemi. Menurutnya jumlah pembeli berkurang karena mereka takut tertular oleh virus tersebut (Tia, 2021).

Berikut adalah data pendapatan pedagang dalam sehari berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan.

Tabel 2.4 Data Pendapatan Pedagang

No.	Nama	Jenis dagangan	Pendapatan sebelum	Pendapatan sesudah
1.	H. Ron	Ayam	Rp. 200.000 – Rp. 450.000	Rp. 150.000 – Rp. 250.000
2.	H. Suswati	Sembako	Rp. 5.000.000-8.000.000	Rp. 3.000.000-5.000.000
3.	H. Surin	Tahu	Rp. 300.000 – Rp. 500.000	Rp. 150.000 – Rp. 300.000
4.	H. Kholipah	Ayam potong	Rp. 450.000 – Rp. 600.000	Rp. 200.000 – Rp. 500.000

5.	Tobakhi	Pakaian	Rp. 300.000 – Rp. 500.000	Rp. 200.000 – Rp. 350.000
6.	Hj. Tutiyati	Pakaian	Rp. 400.000 – Rp. 650.000	Rp. 300.000 – Rp. 500.000
7.	Atun	Sayur	Rp. 300.000 – Rp. 500.000	Rp. 100.000 – Rp. 250.000
8.	Murti	Buah	Rp. 400.000 – Rp. 650.000	Rp. 200.000 – Rp. 550.000
9.	Tia	Sayur	Rp. 250.000 – Rp. 450.000	Rp. 100.000 – Rp. 300.000
10.	Nurkhayati	Grabahan	Rp. 350.000 – Rp. 500.000	Rp. 150.000 – Rp. 300.000
11.	Yanti	Jajanan	Rp. 300.000 – Rp. 450.000	Rp. 100.000 – Rp. 300.000
12.	Bramanto	Bumbu	Rp. 200.000 – Rp. 350.000	Rp. 100.000 – Rp. 250.000
13.	Sopan	Pakaian	Rp. 500.000 – Rp. 850.000	Rp. 200.000 – Rp. 500.000
14.	Suksesih	Sembako	Rp. 800.000 – Rp. 1.500.000	Rp. 650.000 – Rp. 1.000.000
15.	Tubi'ah	Jajanan	Rp. 450.000 – Rp. 600.000	Rp. 200.000 – Rp. 400.000
16.	Atikoh	Sembako	Rp. 1.500.000 – Rp. 3.000.000	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000
17.	Khomisah	Sayur	Rp. 100.000 – Rp. 150.000	Rp. 50.000 – Rp. 70.000
18.	Uridah	Jajanan	Rp. 200.000 – Rp. 450.000	Rp. 150.000 – Rp. 300.000
19.	Suidah	Bumbu	Rp. 350.000 – Rp. 600.000	Rp. 200.000 – Rp. 450.000
20.	Maryanah	Bumbu	Rp. 150.000 – Rp. 450.000	Rp. 100.000 – Rp. 300.000
21.	Edo	Tempe	Rp. 200.000 – Rp. 450.000	Rp. 100.000 – Rp. 300.000

Sumber: Data primer yang diolah, 2021.

2. Strategi Bertahan Pedagang Pasar Jejeg

Dengan pendapatan yang semakin menurun dan kebutuhan yang selalu bertambah setiap harinya membuat para pedagang harus memutar otak bagaimana cara mereka bisa bertahan untuk menghasilkan pendapatan meskipun di masa pandemi Covid-19. Beberapa strategi bertahan dilakukan oleh pedagang pasar Jejeg diantaranya sebagai berikut.

a. Strategi aktif

Strategi aktif merupakan strategi bertahan hidup yang dilakukan dengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki (Mulawarman, et al., 2020). Dalam penelitian yang telah dilakukan ada beberapa macam strategi yang dilakukan oleh pedagang pasar Jejeg. Salah satunya yaitu anggota keluarga ada yang ikut bekerja. Ibu Atun yang berjualan sayur menuturkan jika suaminya kini membantunya dengan berjualan sayur keliling memanfaatkan sepeda motor yang dimilikinya. Sebelumnya Ibu Atun berjualan sayur di pasar bersama suami, kadang anaknya pun ikut membantu. Namun sekarang Ibu Atun hanya berjualan bersama anaknya saja. Menurutnya jika suami berjualan keliling pendapatannya bisa bertambah daripada hanya mengandalkan hasil pasar saja. Selain itu ia juga selalu menyiapkan stok dagangan di rumah untuk pelanggan tetapnya (Atun, 2021).

Selain itu ada pula yang memperpanjang jam kerja seperti toko pakaian milik ibu Hj. Tutiyati. Toko tersebut biasanya buka dari pagi sampai jam sebelas siang, namun karena pandemi akhirnya jam kerja diperpanjang sampai sore sekitar jam tiga atau jam empat. Meski begitu masih banyak pembeli yang datang langsung ke rumah ibu Hj. Tutiyati untuk memilih-milih dan membeli barang yang mereka butuhkan. Selain itu ibu Hj. Tutiyati juga memberi diskon dan obral secara murah terhadap barang dagangan yang sudah lama agar cepat terjual sehingga mempercepat perputaran barang (Tutiyati, 2021).

Dari beberapa pedagang pakaian dan pedagang sayur yang telah diwawancarai, strategi yang digunakan oleh mereka yaitu dengan adanya bantuan dari keluarga, memperpanjang jam kerja, ada pula yang meningkatkan kualitas pelayanan pada toko sembako. Seperti toko sembako milik ibu Hj. Suswati, toko tersebut mempunyai 4 karyawan ditambah anaknya yang tidak jarang ikut membantu. Beliau mengatakan bahwa dirinya menghimbau kepada karyawannya untuk bekerja lebih keras lagi dan lebih cekatan dalam melayani pembeli.

Menurutnya dengan dilakukannya hal tersebut dapat membuat pembelinya lebih puas dan merasa senang sehingga toko ibu Hj. Suswati tersebut menjadi langganan banyak orang. Ibu Hj. Suswati juga menambahkan kalau dirinya tidak mengurangi jumlah karyawan yang ada karena menurutnya kasian jika harus ada karyawan yang diberhentikan terutama di masa pandemi seperti sekarang (Suswati, 2021).

Di 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:

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يُحِبُّ أَنْ يَرَى عَبْدَهُ تَعَبًا فِي طَلَبِ الْحَلَالِ

“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. Seperti yang dilakukan karyawan pada toko Hj. Suswati. Mereka bekerja lebih keras dalam situasi pandemi seperti saat ini. Selain agar dapat memuaskan pelanggannya ternyata dibalik kerja keras yang mereka lakukan terdapat pula berkah dari Allah SWT yang menyertainya.

Islam juga menjelaskan bahwa bekerja dengan sungguh-sungguh menurut sejumlah hadist bahkan dapat menghapus dosa yang tidak bisa dihapus oleh aktivitas ibadah ritual sekalipun.

“Barangsiapa pada malam hari merasakan kelelahan dari upaya keterampilan kedua tangannya pada siang hari maka pada malam itu ia diampuni.” (HR. Ahmad)

Selain dorongan ibadah, seorang muslim juga dapat bekerja keras karena adanya keinginan untuk memperoleh imbalan atau penghargaan (*reward*) materiil dan nonmateriil seperti gaji atau penghasilan, karier dan kedudukan yang lebih baik serta pujian, dan sebagainya. Diperbolehkan 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 dia bekerja keras adalah karena melaksanakan perintah Allah SWT dan Rasulnya (Yusanto & Widjajakusuma, 2002, pp. 114-116).

Di toko Hj. Suswati ternyata juga menerima sistem antar gratis dengan minimal pembelian, hal ini dilakukan untuk memuaskan pelanggan. Selain itu juga terkadang ada pemberian diskon atau potongan bagi pembeli yang selalu berlangganan di tokonya.

Kemudian strategi selanjutnya yaitu menjaga kualitas pelayanan. Selain menjaga kualitas pelayanan, kualitas barang juga tentu harus diutamakan. Seperti yang dilakukan beberapa pedagang buah dan sayur. Mereka menjual barang sesuai dengan permintaan pembeli sehingga kualitas barang selalu terjaga. Hal ini dicontohkan oleh Rasulullah, Beliau tidak pernah menjual barang yang cacat karena akan merugikan pembeli. Karena itu, Rasulullah selalu menjaga kualitas barang dagangannya. Dalam sebuah hadist yang diriwayatkan Ibn Majah, Uqbah bin Amir pernah mendengar Rasulullah berkata,

الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا فِيهِ عَيْبٌ إِلَّا بَيَّنَّهُ لَهُ

“Seorang muslim adalah saudara bagi muslim yang lain, tidak halal bagi seorang muslim untuk menjual barang yang ada cacatnya kepada temannya, kecuali jika dia jelaskan” (HR. Ibn Majah) (Anon., 2020).

Strategi aktif selanjutnya dilakukan oleh pedagang buah yaitu Ibu Murti, ia mengatakan bahwa ia menjual buah dagangannya yang sudah terlalu matang dengan harga murah. Selain itu ia juga membuat salad buah dengan memanfaatkan buah dagangannya pula dan menerima pesanan secara *offline* dan *online* dengan dibantu anaknya (Murti, 2021).

Dari pemaparan di atas strategi aktif merupakan strategi yang paling banyak dilakukan dan menjadi strategi utama pedagang dalam melakukan aktivitas jual beli agar bisa bertahan di masa pandemi covid-19. Strategi ini merupakan segala usaha dan upaya yang dilakukan dengan segala kreativitasnya agar pedagang tetap memiliki penghasilan dengan memperhatikan pelayanan bagi pembelinya, menjaga kualitas pelayanan dan dagangan serta membuat tempat atau kios dagangannya selalu bersih. Selain itu adanya bantuan dari istri atau suami ataupun anaknya dalam berdagang.

b. Strategi pasif

Strategi pasif merupakan strategi bertahan hidup yang dilakukan dengan cara meminimalisir pengeluaran keluarga sebagaimana pendapat Suharto (2009: 31) yang menyatakan bahwa strategi pasif adalah strategi bertahan hidup dengan cara mengurangi pengeluaran keluarga (misalnya biaya untuk sandang, pangan, pendidikan dan sebagainya) (Mulawarman, et al., 2020). Seperti wawancara yang telah dilakukan dengan salah seorang pedagang buah bernama ibu Murti. Ibu Murti menuturkan bahwa ia mengalami penurunan pendapatan di masa pandemi sekarang ini, sehingga ia mengambil keputusan untuk mengurangi jumlah persediaan buah atau dagangannya. Hal itu dilakukan untuk meminimalisir kerugian akibat jumlah pembeli yang sepi. Selain itu jika dagangannya tidak habis terjual ia mengaku mau tidak mau harus mengkonsumsi dagangannya sendiri sebelum mengalami pembusukan (Murti, 2021).

Ternyata strategi tersebut rata-rata banyak dilakukan oleh pedagang lain seperti pedagang sayur, jajanan basah, tempe dan tahu. Alasannya pun sama yaitu untuk menghindari kerugian karena produk yang mereka jual tergolong produk yang tidak bertahan lama sehingga alternatif yang dipilih adalah mengurangi persediaan dagangan. Akan tetapi ada beberapa pedagang jajanan basah, yang selain mengurangi barang dagangan mereka juga menitipkan dagangan mereka di warung-warung terdekat serta menerima pesanan melalui telepon untuk acara dan jika pada bulan Ramadhan mereka berjualan di waktu sore hari.

Selain itu ada pula pedagang yang melakukan pengurangan karyawan. Hal ini dilakukan supaya pedagang tidak perlu mengeluarkan biaya lebih untuk membayar gaji karyawan sementara pendapatan semakin menurun. Seperti yang dilakukan oleh ibu Nurkhayati yang berjualan grabahan. Dia menuturkan jika sebelumnya ia mempunyai dua karyawan, sekarang terpaksa harus memberhentikan salah seorang karyawannya. Menurutny karena kondisi pasar sekarang yang sepi satu karyawan saja sudah cukup baginya untuk membantu berjualan. Meski begitu ia memilih karyawan yang menurutnya paling giat dan rajin ketika berjualan (Nurkhayati, 2021).

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat dikatakan bahwa strategi pasif merupakan strategi kedua yang dapat dilakukan setelah semua usaha dan potensi yang dimiliki dengan cara mengurangi persediaan barang dagangan, mengurangi kuantitas barang namun dengan harga yang tetap, dan lain sebagainya.

c. Strategi jaringan

Strategi jaringan adalah strategi yang dilakukan dengan cara memanfaatkan jaringan sosial (Mulawarman, et al., 2020). Strategi ini memanfaatkan hubungan contohnya hubungan yang baik antara pedagang dengan pembeli. Hubungan yang baik antara keduanya

membuat pembeli menjadi langganan tetap bagi beberapa pedagang. Seperti Ibu Tia yang berjualan sayur, ia mengaku bahwa dirinya memiliki beberapa pelanggan tetap yang membuatnya bisa bertahan sampai saat ini. Karena kebetulan pelanggan tetap tersebut ada yang mempunyai warung atau pembeli yang sudah kenal lama dan biasa belanja kebutuhan sayur pada Ibu Tia (Tia, 2021).

Beberapa pedagang menerapkan strategi jaringan dengan cara memanfaatkan sosial media. Mereka mengiklankan produk melalui media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, dan *market place*. Seperti strategi yang dilakukan oleh ibu Yanti yang berjualan jajanan basah. Berdasarkan informasi yang didapatkan, ibu Yanti berjualan atau bisnis *online* melalui aplikasi *WhatsApp*. Barang yang dijual selain kue basah ia menambahkan produk lain seperti kosmetik, alat rumah tangga dan *fashion*. Selama masa pandemi membuatnya berfikir untuk bagaimana caranya bisa menghasilkan pendapatan dalam kondisi seperti saat ini (Yanti, 2021).

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

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

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

“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 jual 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 dari hasil bacaan dan kajian yang dilakukan oleh manusia untuk mewujudkan kehidupan yang 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, et al., 2019, pp. 10-13).

Selain memanfaatkan teknologi, pedagang pasar Jejeg juga bekerja sama dengan tukang ojek, dengan cara pedagang meminta bantuan ojek untuk mengantar pesanan kepada pembeli yang melakukan pembelian secara *online*. Kemudian strategi jaringan lain yang dilakukan pedagang pasar Jejeg yakni membolehkan pembeli untuk mendatangi rumah si pedagang selain di pasar untuk membeli barang yang mereka butuhkan, diantaranya pedagang ayam potong, tempe, pakaian, grabahan, dan tahu. Tentunya diperuntukkan bagi pembeli yang sudah mengenal dan tahu 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.

حَدِيثُ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ

: مَنْ سَرَّهُ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ رِزْقُهُ أَوْ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَحِمَهُ

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

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

Dari pemaparan tersebut, dapat dikatakan bahwa strategi jaringan merupakan strategi yang digunakan selanjutnya jika strategi sebelumnya masih belum cukup untuk mengatasi masalah yang dihadapi.

Dari ketiga macam strategi tersebut bisa diketahui bahwa pedagang pasar Jejeg telah melakukan berbagai cara untuk tetap bertahan di masa pandemi Covid-19. Pandemi ini merupakan musibah yang dialami bukan hanya di Indonesia saja tetapi juga beberapa negara di dunia. 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 berbunyi:

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ... ﴿٢٨٦﴾

“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 kepada 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, et al., 2017, pp. 28-29).



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional di Masa Pandemi Covid-19 di Desa Jejeg Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Pandemi Covid-19 memberikan pengaruh terhadap pedagang pasar tradisional di Desa Jejeg Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal. Kondisi pasar yang kini sepi pembeli berdampak pada menurunnya jumlah pendapatan para pedagang. Menurunnya jumlah pembeli diakibatkan karena mereka takut tertular virus Covid-19, sehingga mereka lebih memilih belanja kebutuhan pada penjual sayur keliling, membeli makanan matang, atau bahkan menitip kepada tetangga yang hendak ke pasar. Sehingga banyak strategi dilakukan oleh pedagang pasar Jejeg untuk tetap bertahan dan menghasilkan pendapatan. Strategi tersebut terbagi ke dalam tiga jenis yaitu sebagai berikut:

1. Strategi aktif

Strategi aktif yang dilakukan pedagang pasar Jejeg diantaranya yaitu adanya anggota keluarga yang ikut membantu bekerja, peningkatan kualitas barang dan pelayanan, serta memperpanjang jam kerja dari yang biasanya dari pagi sampai siang kini berubah menjadi pagi sampai sore, ada juga pedagang yang berjualan di waktu sore hari ketika bulan puasa tiba.

2. Strategi pasif

Strategi pasif yang dilakukan yaitu dengan mengurangi persediaan dagangan terutama pedagang yang menjual barang yang tidak bertahan lama seperti jajanan basah, tempe, tahu, sayur, buah, dll., ada juga pedagang yang melakukan pengurangan karyawan.

3. Strategi jaringan

Strategi terakhir yaitu strategi jaringan yakni dengan menjalin hubungan yang baik dengan pembeli, bisnis sampingan melalui sosial media seperti

facebook, whatsapp, instagram, dll., mempersilahkan pembeli untuk membeli barang yang dibutuhkan di rumah pedagang, ada pula yang menitipkan barang dagangan di warung terdekat jika dagangan di pasar belum habis.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis menyumbangkan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dan proses pengembangan lebih lanjut. Adapun saran-saran yang dimaksud yaitu sebagai berikut:

1. Dari pihak pengelola pasar mengatur ulang tata letak setiap tempat atau kios pedagang sesuai dengan protokol kesehatan, sehingga pembeli dan pedagang tidak perlu merasa cemas terjadinya penularan.
2. Adanya tindakan operasi yang dilakukan setiap harinya terhadap para pedagang dan pembeli untuk selalu mematuhi protokol kesehatan. Hal ini karena setelah penulis melakukan observasi ternyata masih banyak pedagang yang tidak mematuhi protokol kesehatan seperti tidak menggunakan masker dan petugas pasar terkesan kurang tegas dalam menindaklanjuti hal tersebut.
3. Petugas atau pengelola pasar dengan para pedagang harus sama-sama bekerjasama dalam menjaga kualitas barang dagangan serta menjaga kebersihan pasar Jejeg agar para pembeli merasa nyaman dan tidak takut untuk ke pasar terutama di masa pandemi seperti saat ini.
4. Bagi para pedagang ke depannya bisa memanfaatkan peluang dengan memasarkan barang dagangan mereka melalui sosial media, karena sekarang merupakan era digital ditambah kondisi pandemi yang membuat banyak masyarakat harus melakukan segala sesuatunya di rumah.
5. Pedagang melakukan inovasi seperti mengadakan diskon atau mengurangi harga pada pembeli yang selalu berlangganan di kios tersebut. Tujuannya agar pembeli merasa puas sehingga tidak akan beralih pada pedagang yang lain.

6. Pedagang menyesuaikan stok dagangan sesuai dengan permintaan pembeli, dengan tujuan meminimalisir kerugian yang mungkin terjadi.



DAFTAR PUSTAKA

- AC, A., 2020. *Manajemen Strategis*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Afifah, P., 2020. *Strategi Mempertahankan Pelayanan dan Kesetiaan Pelanggan Pada Industri Ritel Menurut Ekonomi Islam (Studi pada Pengusaha Ritel Modern Sumber Alfaria Trijaya Tbk di Lampung Timur*, Lampung: UIN Raden Intan.
- Agung, A. A. P., 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press.
- Ahmad, U. H., 2018. *Ya Rabbi, Lancarkan Rezeki Kami*. Yogyakarta: Laksana.
- Al-Munawwar, T., Ariwibowo, A. & Isran, M., 2017. *Jangan Pernah Lelah, Allah Selalu Bersama Kita*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Anon., 2020. *bloktuban.com*. [Online]
Available at: <http://bloktuban.com/2020/05/09/4-tips-berdagang-ala-rasulullah-agar-usaha-semakin-laris-dan-berkah/?m=1>
[Diakses 8 Juni 2021].
- Assan, A., 2019. Strategi Bertahan Hidup Petani Gurem di Desa Tukul Kecamatan Tering Kabupaten Kutai Barat. *Jurnal Sosiatri-Sosiologi*, Volume 7.
- Atun, 2021. [Wawancara] (18 Maret 2021).
- Danim, S., 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Fitrah, M. & Luthfiah, 2017. *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Gianawati, N. D., 2013. *Strategi Bertahan Hidup Buruh Tani Perempuan*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Hardilawati, W. L., 2020. Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Ekonomika*, Volume 10.
- Haryadi, F., Mudana, I. W. & Sendratari, L. P., 2019. Strategi Survival Masyarakat Nelayan Dusun Yehibiyu Desa Patas Bali (Sebagai Sumber Belajar Mata Pelajaran Sosiologi di SMA). *e-journal Pendidikan Sosiologi Universitas Pendidikan Ganesha*, Volume 1.

- Helaluddin, H. W., 2019. *Analisis Data Kualitatif, Sebuah Tinjauan Teori & Praktik..* s.l.:Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Indriati & Widiyatmoko, A., 2008. *Pasar Tradisional.* Semarang: Alprin.
- Irfanudin, A. M. et al., 2020. Strategi Berbisnis *Online* di Tengah Pandemi Corona Virus Disease 2019 Covid-19. *Jurnal Dedikasi PKM UNPAM*, Volume 1.
- Irwan & Indraddin, 2016. *Strategi dan Perubahan Sosial.* Yogyakarta: Deepublish.
- Janatin, 2021. [Wawancara] (15 Maret 2021).
- Jerry, R. W. & dkk, 2019. *Konsep Kewirausahaan dan UMKM.* Sulawesi Utara: Yayasan Makaria Waya.
- Kartini, S., 2019. *Pasar dalam Perekonomian.* Semarang: Mutiara Aksara.
- Komara, B. D., Setiawan, H. C. B. & Kurniawan, A., 2020. Jalan Terjal UMKM dan Pedagang Kecil Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19 dan Ancaman Krisis Ekonomi Global. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Volume 17.
- Mamik, 2015. *Metodologi Kualitatif.* Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Marthon, S. S., 2007. *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global.* Tiga penyunt. Jakarta Timur: Zikrul Hakim.
- Mulawarman, W. G. et al., 2020. *Kajian Perempuan Berbasis Gender 2019: Perempuan Kepala Rumah Tangga Miskin yang Mempunyai Usaha Ekonomi di Bontang, Samarinda, dan Kutai Timur.* Yogyakarta: CV Istana Agency.
- Murti, 2021. [Wawancara] (Maret 10 2021).
- Nikmah, R., 2015. *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asembagus Terhadap Pendapatan Pedagang dan Kepuasan Pembeli di Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo,* Jember: Universitas Jember.
- Nofriansyah, D. et al., 2020. *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha.* Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nurkhayati, 2021. [Wawancara] (Maret 25 2021).

- Octaviani, I., Fatgehipon, A. H. & Sujarwo, 2020. Strategi Adaptasi Pedagang Tradisional Saat Pandemi Covid-19. *Edukasi IPS*, Agustus, Volume 4, p. 2.
- Oktima, N., 2012. *Kamus Ekonomi*. Surakarta: Aksarra Sinergi Media.
- Pradipta, J. & Nazaruddin, A. M., 2020. *Antipanic! Buku Panduan Virus Corona*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Purwanti, T., 2016. *Strategi Bertahan (Survival Strategi) Pedagang Awul-awul di Kecamatan Ungaran Kabupaten Semarang*, Semarang: UNNES.
- Putri, F. A., 2019. Strategi Bertahan Pedagang Pasca Bencana Kebakaran di Pasar Atas Kota Bukittinggi. *Jurnal Sosiologi Andalas*, Volume 5.
- Rukmana, A. Y. & Sukanta, T. A., 2020. Analisis Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan Pada Industri Mikro dan Kecil Panganan Keripik Kemasan di Kecamatan Coblong Kota Bandung Jawa Barat Pada Tahun 2020 di Tengah Situasi Sulit Penyebaran Pandemi Covid-19. *Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi*, Volume 12.
- Saomi, M. R. & Muvid, M. B., 2020. *Islam dan Corona: Upaya Mengkaji Covid-19 dengan Pendekatan Islam*. Kuningan: Goresan Pena.
- Sidabalok, J., 2020. *Hukum Perdagangan; Perdagangan Nasional dan Perdagangan Internasional*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sinaga, R. & Purba, M. R., 2020. Pengaruh Pandemi Virus Corona (Covid-19) terhadap Pendapatan Pedagang Sayur dan Buah di Pasar Tradisional "Pajak Pagi Pasar V" Padang Bulan". *Jurnal Regionomic*, Volume 2.
- Siyoto, S. & Sodik, M. A., 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiarto, E., 2015. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, 2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Suswati, 2021. [Wawancara] (Maret 10 2021).

- Syukur, M. A. et al., 2003. *Teologi Islam Terapan; Upaya Antisipasif terhadap Hedonisme Kehidupan Modern*. Surakarta: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Tambunan, T., 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Tambunan, T., 2020. *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*. Bogor: IPB Press.
- Tanzeh, A., 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Tia, 2021. [Wawancara] (Maret 15 2021).
- Tohardi, A., 2019. *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus*. Pontianak: Tanjungpura University Press.
- Tutiyati, 2021. [Wawancara] (18 Maret 2021).
- Wahyudi, M. S. & Kusuma, H., 2020. *Ekonomi Indonesia di Tengah Pandemi Covid 19*. Malang: UMMPress.
- Yam, J. H., 2020. *Manajemen Strategi*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Yanti, 2021. [Wawancara] (2 April 2021).
- Yunus, E., 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Yunus, E., 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Yusanto, M. I. & Widjajakusuma, M. K., 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Depok: Gema Insani.
- Yusuf, I., 2019. Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Sanggam Adji Dilayas Kabupaten Berau. *ejournal Sosiatri-Sosiologi*, Volume 7.
- Yusuf, M. Y., Ashal, F. F. & Fadhli, M., 2019. *Buku Serial Tata Niaga dalam Islam; Tata Niaga Islami Berbasis Digital*. Banda Aceh: Bappeda Aceh.