

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Merebaknya kasus Covid-19 khususnya di Indonesia mempengaruhi kehidupan banyak orang, mulai dari segi kesehatan, pendidikan, maupun dari segi ekonomi. 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. (Irfanudin, et al., 2020, hlm.104).

Jumlah kasus penderita terdampak Covid-19 yang saat ini terus bertambah membuat laju sejumlah usaha juga ikut melambat. Ditambah lagi kondisi masyarakat saat ini yang tengah mengurangi aktivitasnya di luar rumah, seperti liburan atau belanja untuk mengurangi penyebaran virus corona tersebut. Situasi saat ini membuat roda perekonomian melambat, pasar mulai lesu, omzet penjualan juga menurun. Meskipun Pemerintah telah menyiapkan stimulus atau bantuan dengan maksud untuk membantu mendongkrak kondisi ekonomi yang melemah dan menjaga daya beli, khususnya terhadap UMKM. Namun sebagai pelaku usaha atau pelaku usaha sudah barang tentu harus menyiapkan upaya strategi, yaitu apa yang bisa dilakukan agar tetap bisa mempertahankan usahanya dalam menghadapi situasi seperti saat ini (Eljawati, 2022, hlm. 36).

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).

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, hlm. 9).

Begitu pula yang banyak dilakukan oleh para Pedagang Pasar dengan segala keterbatasannya, mereka tetap berusaha untuk eksis di tengah pandemi Covid-19 saat ini, khususnya terhadap keberlangsungan usahanya. Dalam hal pekerjaan sebagaimana kita tahu, tidak semua masyarakat di negara ini dapat terserap di sektor formal dikarenakan berbagai macam keterbatasan yang melekat pada diri mereka, seperti rendahnya tingkat pendidikan dan kurangnya akses informasi pada mereka. Namun keberadaan Pedagang Pasar ini juga penting karena bukan hanya berfungsi sebagai penyerap kelebihan tenaga kerja yang tidak mampu terserap oleh sektor formal, tetapi juga memiliki peran yang cukup penting dalam meningkatkan kegiatan

perekonomian masyarakat. Sehingga kondisi ekonomi saat ini juga berdampak terhadap kondisi usaha para Pedagang Pasar tersebut dimana omzet penjualannya juga turut mengalami penurunan yang signifikan. Padahal banyak diantara mereka yang menjadi tulang punggung keluarga.

Dalam situasi seperti ini untuk menghindari penyebaran virus corona, masyarakat lebih memilih untuk meminimalisir interaksi langsung, begitu juga perilaku berbelanja masyarakat pun ikut berubah. Banyak kegiatan atau transaksi jual beli yang beralih ke online. Salah satu cara untuk menghadapi permasalahan ini adalah harus beradaptasi dengan keadaan, seperti mengalihkan upaya penjualan ke online baik lewat website, toko online maupun dengan memanfaatkan media sosial. Dengan demikian, para pelanggan diharapkan masih bisa mengakses produk atau jasa mereka dan omzet penjualan tetap bisa dipertahankan.

Salah satu daerah yang terkena imbas dari Covid-19 terutama dalam sektor perekonomian adalah Kota Amuntai, Penelitian ini dilakukan di Kota Amuntai karena peneliti berasal dari wilayah tersebut sehingga aksesnya dapat dicapai dengan cepat dan mudah. 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.

Pasar Kota Amuntai, pasar ini menjadi salah satu sentra ekonomi yang sebelum covid-19 selalu ramai pengunjung. Letaknya yang strategis membuat pasar ini mudah diakses oleh pembeli. Pasar Kota Amuntai bisa dibilang punya posisi yang relatif baik. Namun, keberadaan Covid-19 saat itu membuat masyarakat mengurangi aktivitas diluar terutama ketempat yang rawan akan penularan virus Covid-19 dalam hal ini adalah pasar Kota Amuntai. Sehingga berdampak pada pedagang di pasar Kota Amuntai tersebut yang mengalami penurunan pengunjung (pembeli). Setelah masa (pasca) Covid-19, pasar kota Amuntai strategi pedagang pasar Kota Amuntai pengunjung pasar Covid-19 kembali ramai.

Dari kondisi tersebut akhirnya bagaimana upaya yang bisa mereka lakukan untuk tetap bertahan hingga pasca Covid-19 . Sebagaimana dalam Ekonomi Islam dibolehkan menggunakan berbagai macam upaya dan 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.

Sebelum mengenal Covid-19 pasar sangat ramai dan tidak ada tempat yang kosong. Namun ketika pandemi Covid-19 muncul, banyak pedagang yang mengalami kolaps (bangkrut) sehingga tidak melanjutkan dagangannya yang menyebabkan banyak tempat yang kosong karena merasa pendapatan dari hasil berjualan dipasar semakin berkurang. Banyak para pelaku bisnis yang beralih ke online agar tetap bisa menjalankan aktivitas sesuai dengan protokol yang berlaku dan tetap mempertahankan perolehan pendapatannya.

Selain itu untuk mempertahankan penjualan pasca Covid-19 salah satu cara pedagang pasar yaitu dengan memanfaatkan teknologi. Para pedagang beralih menggunakan media *online* seperti *facebook*, *instagram*, dan aplikasi *online shop* sebagai wadah mereka untuk menawarkan barang dagangannya. Selain itu, tidak sedikit dari mereka yang melakukan berbagai cara dan strategi dengan beralih ke industri lainnya yang sesuai dengan keadaan dan pilihan yang mereka pilih demi bertahan hidup.

Saat masa covid-19 dimana terjadi penurunan roda ekonomi besar-besaran, teori strategi bertahan hidup sangat relevan digunakan untuk melihat

bagaimana pedagang kecil di pasar tradisional dapat bertahan hidup dan tetap berdagang hingga akhirnya bertahan pasca covid-19. Strategi bertahan hidup merupakan kemampuan seseorang dalam menerapkan seperangkat cara mengatasi berbagai permasalahan yang melingkari kehidupan. Menurut Snel dan Staring dalam Setia (2005), strategi bertahan hidup merupakan serangkaian perilaku yang diambil secara sadar dilakukan oleh individu maupun keluarga yang tidak mampu secara sosial ekonomi.

Strategi bertahan hidup sebagai upaya untuk mengatasi tekanan ekonomi dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu strategi bertahan hidup aktif, strategi bertahan hidup pasif dan strategi bertahan hidup jaringan. Oleh karena itu memerlukan strategi **bertahan**. Pandemi COVID-19 memiliki dampak sosial ekonomi yang cukup signifikan bagi pedagang pasar tradisional. Hal ini menyebabkan pentingnya kajian yang mendalam mengenai dan strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional hingga pasca Covid-19.

Dengan beberapa penjelasan diatas penulis rasa perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk menganalisis mengenai Upaya Pedagang Pasar di Kota Amuntai, penulis tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian yang dituangkan dalam sebuah karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul **“Analisis Upaya Pedagang Pasar Amuntai dalam Mempertahankan Penjualan Pasca Covid-19 ”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana upaya pedagang pasar Amuntai dalam mempertahankan penjualan pasca Covid-19?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut: Untuk menganalisis upaya pedagang pasar Amuntai dalam mempertahankan penjualan pasca Covid-19.

## **D. Signifikansi Penelitian**

Secara ringkas manfaat atau kegunaan yang diharapkan dari tercapainya penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1. Manfaat teoritis**

Hasil penelitian ini yang diharapkan mampu menambah wawasan bagi pembaca. Dan pengembangan upaya pedagang pasar, karena ilmu tersebut sangat penting untuk diketahui apalagi untuk mengembangkan upaya yang serupa. Dan ini khususnya tentang pengembangan ilmu pedagang pasar dalam mempertahankan penjualan.

### **2. Manfaat Praktis**

a. Bagi akademik, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan

referensi atau ilmu pengetahuan yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

- b. Bagi masyarakat, dengan adanya penelitian ini diharapkan agar bisa menambah wawasan dan lebih memahami tentang upaya yang dapat dilakukan oleh pedagang pasar dalam mempertahankan penjualannya.

### **E. Definisi Operasional/Batasan Masalah**

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan menghindari kesalahpahaman pembaca dalam mengartikan judul serta permasalahan yang akan diteliti, maka penulis memandang perlu untuk menyatakan secara tegas dan terperinci maksud dari judul “Analisis Upaya Pedagang Pasar Amuntai Dalam Mempertahankan Penjualan Pasca Covid-19”.

#### **1. Upaya**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III tahun 2003 yang dimaksud dengan “Upaya adalah usaha untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar”. Menurut Poerwadarminta (1991 : 574 ), “Upaya adalah usaha untuk menyampaikan maksud, akal, dan ikhtiar. Upaya merupakan segala sesuatu yang bersifat mengusahakan terhadap sesuatu hal supaya dapat lebih berguna dan berhasil guna sesuai dengan maksud, tujuan dan fungsi serta manfaat suatu hak tersebut dilaksanakan.



## 2. Pedagang

Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang. Pedagang pasar adalah orang atau badan hukum yang melakukan kegiatan jual beli barang dan/atau jasa yang menggunakan pasar sebagai tempat kegiatannya. Pedagang yang dimaksud adalah pedagang pasar yang bertahan setelah masa (Pasca) Pandemi Covid-19.

## 3. Mempertahankan Penjualan

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai sebuah tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba atau untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Cara mempertahankan penjualan agar tetap berkembang yaitu memiliki tujuan dan keinginan, memecahkan masalah dan menentukan solusi, memperluas relasi bisnis, serta memanfaatkan teknologi yang tersedia adalah beberapa cara agar mempertahankan penjualan. Upaya yang dilakukan untuk mempertahankan penjualan dapat berupa strategi aktif, strategi pasif dan strategi jaringan.

## 4. Pasca Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 telah menyebabkan menurunnya perekonomian dan aktivitas diberbagai sektor wilayah di Indonesia. Seiring berjalannya waktu pada masa PPKM, perilaku masyarakat dalam melakukan penjualan dan menawarkan produk UMKM mulai berubah dikarenakan adanya

pandemi Covid-19, sehingga setelah pasca Covid-19 konsumen lebih banyak menjual barang dagangan sistem online atau digital dikarenakan banyak pembeli yang saat ini membeli melalui online. Sehingga pelaku UMKM harus beradaptasi dengan menggunakan e-commerce atau sosial media yang memberikan ketertarikan kepada konsumen agar dari tertarik menjadi pelanggan yang puas dan loyal dapat memberikan profit kepada penjual.

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini, maka peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Penelitian Anggun Midayanti (2020) Strategi Pedagang Kecil Di Desa Mataraman Untuk Menghadapi Pandemi Covid-19

Hasil Penelitian:

Pandemi Covid-19 ini menyebabkan berkurangnya tingkat pembelian terhadap suatu produk dikarenakan terbatasnya aktivitas diluar rumah yang berakibat pada menurunnya pendapatan pedagang kecil. Tidak sedikit dari pedagang kecil yang berhenti menjalankan usaha dikarenakan mengalami kerugian akibat berkurangnya minat daya beli masyarakat.

Tetapi dibalik itu semua, ada beberapa pedagang kecil di Desa Mataraman yang dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi yang terjadi untuk tetap menjalankan usahanya pada saat pandemi Covid-19 yaitu dengan cara melakukan strategi yang dianggap efektif untuk menunjang tingkat pendapatan. Strategi yang dijalankan oleh pedagang kecil di Desa Mataraman yaitu: Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Distribusi, Strategi Pemasaran, Strategi Promosi, dan dengan menjalankan analisis SWOT.

2. Penelitian Azky Afidah (2021) yang berjudul “ Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional di Masa Pandemi Covid-19 (studi kasus di desa jejeg kecamatan bumijawa kabupaten tegal).

Hasil Penelitian:

Banyak strategi dilakukan oleh pedagang pasar Jejeg untuk tetap bertahan dan menghasilkan pendapatan. Strategi tersebut terbagi ke dalam tiga jenis yaitu sebagai berikut:

- a. Strategi aktif
- b. Strategi pasif
- c. Strategi jaringan

3. Penelitian Dewi Ayu Hidayati, Siti Habibah, Yuni Ratnasari yang berjudul “Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional di Masa Pandemi Covid-19 (studi pada pedagang kecil di pasar koga, kecamatan kedaton Kota

bandar lampung).

Hasil Penelitian:

Perubahan kehidupan sosial ekonomi pedagang pasar tradisional Koga di masapandemi meliputi:

- a. Pada aspek pekerjaan, Perubahan yang terjadi yaitu terjadi setelah adanya pandemi COVID-19 yaitu adanya perubahan jenis barang dagangan, adanya pekerjaan tambahan diluar pekerjaan utama sebagai pedagang, durasi berdagang semakin singkat dan pedagang menggunakan protokol kesehatan dalam berdagang.
- b. Pada aspek pendidikan, perubahan yang terjadi setelah adanya pandemi yaitu pendidikan pedagang dan keluarganya terdiri dari pendidikan dasar, menengah dan tinggi, orang tua memiliki tanggung jawab lebih pada pendidikan anak selama pandemi, dan kebutuhan untuk pendidikan anak selama pandemi bertambah
- c. Pada aspek pendapatan, perubahan yang terjadi pada pedagang pasar tradisional di Koga yakni setelah adanya pandemi pedagang merasakan perubahan pendapatan yang menurun berkisar 40-50 persen, dan mengalokasikan pendapatan untuk asupan makanan tambahan dan obat-obatan.

4. Penelitian Tuwis Hariyani yang berjudul “Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi pada PKL di Lapangan Desa Karangrejo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri)”.

Hasil Penelitian:

- a. Kondisi Pedagang Kaki Lima yang ada di Lapangan Desa Karangrejo akibat pandemi Covid-19 pada awalnya mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis, namun mereka berhasil bangkit dan mempertahankan usahanya meski pendapatan mereka tidak bisa kembali seperti semula sebelum terjadi pandemi. Selain itu, tidak semua PKL mampu beradaptasi dengan kondisi yang ada karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki khususnya dalam memanfaatkan IPTEK.
- b. Strategi Pedagang Kaki Lima di Lapangan Desa Karangrejo dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19 diantaranya ditempuh dengan cara memperluas pasar dengan go-online, menambah jumlah tenaga kerja (pengantar barang), membuat produk baru, serta melakukan kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Penyusunan laporan penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I membahas tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang

masalah yang memaparkan tentang kerangka dasar pemikiran yang melatar belakangi permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan yang telah dijabarkan dalam latar belakang masalah akan diteliti dengan merumuskannya dalam rumusan masalah. Setelah rumusan masalah, maka ditetapkanlah tujuan penelitian yang merupakan yang diinginkan oleh peneliti. Agar tujuan penelitian tidak keluar dari tujuan yang ingin dicapai, maka penulis membuat definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam penelitian ini. Untuk memudahkan penulisan laporan ini maka penulis juga membuat sistematika pembahasan.

Bab II merupakan landasan teori yang menjelaskan, menerangkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori dari buku atau literatur, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi lainnya.

Bab III merupakan metode penelitian, yang berisi jenis, sifat dan lokasi penelitian. Penelusuran objek serta penelitian secara singkat pada bagian yang dikaji termasuk dalam pembahasan pada bagian-bagian ini.

Bab IV merupakan hasil dari penelitian dengan judul “Analisis Upaya Pedagang Pasar Dalam Memertahankan Penjualan Pasca Covid-19”. Selanjutnya membahas mengenai analisa data dan hasil analisis serta pembahasan yang disesuaikan dengan metode penelitian yang tertera pada bab III, sehingga akan memberikan perbandingan hasil penelitian dengan

kriteria yang ada dan pembuktian serta jawaban-jawaban pertanyaan yang telah disebutkan di dalam rumusan masalah.

Bab V merupakan penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan ringkasan dari pembahasan dari analisis sebelumnya. Adapun saran merupakan gagasan dari penulis dan kontribusi yang diberikan agar hasil penelitian ini berdampak positif bagi semua pihak.