

**STRATEGI BERTAHAN HIDUP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL
DI MASA PANDEMI COVID-19**

**(Studi pada Pedagang Kecil di Pasar Koga, Kecamatan Kedaton
Kota Bandar Lampung)**

(Skripsi)

Oleh

**SITI HABIBAH
NPM 1716011053**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2021**

ABSTRAK

STRATEGI BERTAHAN HIDUP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI MASA PANDEMI COVID-19

**(Studi pada Pedagang Kecil di Pasar Koga, Kecamatan Kedaton
Kota Bandar Lampung)**

Oleh

SITI HABIBAH

Virus Corona (Corona Virus Disease) merupakan pandemi yang tengah melanda dunia termasuk Indonesia. Virus ini memiliki penyebaran yang tergolong cepat dan menimbulkan banyak korban jiwa sehingga pemerintah Indonesia melakukan upaya untuk menekan lajunya penularan virus ini dengan membuat kebijakan untuk membatasi aktivitas berkerumun dan dapat menyebabkan penyebaran virus COVID-19. Virus ini menyebabkan perubahan sosial ekonomi terhadap kehidupan masyarakat. Pembatasan interaksi dan menurunnya ekonomi membuat banyak sektor industri yang terdampak pandemi salah satunya yaitu pasar tradisional. Pasar tradisional sebagai sektor ekonomi konvensional mengalami penurunan pembeli yang signifikan selama pandemi COVID-19. Adapun permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini yaitu bagaimana perubahan kehidupan sosial ekonomi dan strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional di Koga selama pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif dengan teknik wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diperoleh bahwa dimasa pandemi COVID-19, terdapat perubahan kehidupan sosial ekonomi pedagang pasar tradisional di Koga yaitu pada aspek pekerjaan, pendidikan dan pendapatan. Adapun strategi bertahan hidup yang digunakan pedagang kecil di pasar Koga ditengah pandemi COVID-19 yaitu strategi aktif, strategi pasif, strategi jaringan, dan strategi adaptasi kebiasaan baru.

Kata kunci; Pandemi COVID-19, Strategi, Pedagang, Pasar Tradisional, Koga

ABSTRACT

SURVIVAL STRATEGIES OF TRADITIONAL MARKET TRADERS IN THE TIME OF THE COVID-19 PANDEMIC

***(Study on Small Traders at Koga Market, Kedaton District
Bandar Lampung City)***

By

SITI HABIBAH

Corona Virus (Corona Virus Disease) is a pandemic that is hitting the world, including Indonesia. This virus has a relatively fast spread and caused many casualties, so the Indonesian government made efforts to suppress the rate of transmission of this virus by making policies to limit crowding activities and could cause the spread of the COVID-19 virus. This virus causes socio-economic changes to people's lives. Restrictions on interaction and the decline in the economy have made many industrial sectors affected by the pandemic, one of which is traditional markets. Traditional markets as a conventional economic sector experienced a significant decline in buyers during the COVID-19 pandemic. The problems that will be studied in this research are how the socio-economic life changes and the survival strategies of traditional market traders in Koga during the COVID-19 pandemic. This research uses qualitative research methods with descriptive research types with in-depth interviews, observation and documentation techniques. Based on the research conducted, it was found that during the COVID-19 pandemic, there were changes in the socio-economic life of traditional market traders in Koga, namely in the aspects of employment, education, and income. The survival strategies used by small traders in the Koga market in the midst of the COVID-19 pandemic are active strategies, passive strategies, network strategies, and new habit adaptation strategies.

Keywords; COVID-19 Pandemic Strategy Traders Traditional Market Koga

**STRATEGI BERTAHAN HIDUP PEDAGANG PASAR TRADISIONAL
DI MASA PANDEMI COVID-19**

**(Studi pada Pedagang Kecil di Pasar Koga, Kecamatan Kedaton
Kota Bandar Lampung)**

Oleh

SITI HABIBAH

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA SOSIOLOGI**

Pada

**Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2021**

Judul Skripsi

: **STRATEGI BERTAHAN HIDUP PEDAGANG
PASAR TRADISIONAL DI MASA PANDEMI
COVID-19 (Studi Pada Pedagang Kecil di Pasar
Koga, Kecamatan Kedaton, Kota Bandar
Lampung)**

Nama Mahasiswa

: **Siti Habibah**

Nomor Pokok Mahasiswa

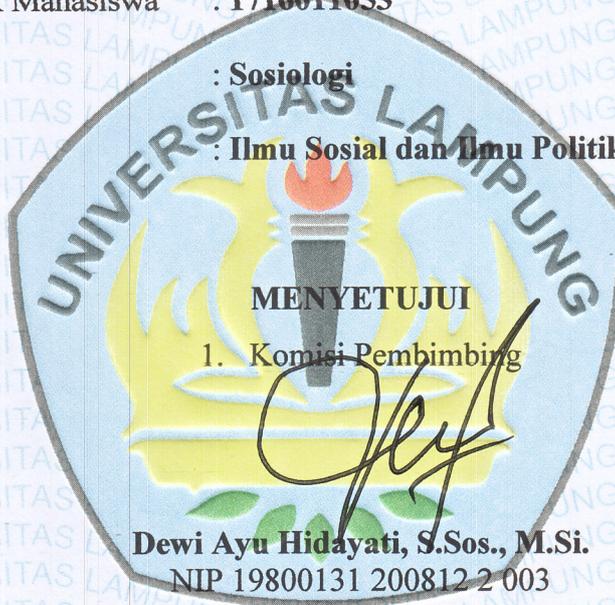
: **1716011053**

Jurusan

: **Sosiologi**

Fakultas

: **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



2. **Ketua Jurusan Sosiologi**

Dr. Bartoven Vivit Nurdin, M.Si.
NIP. 19770401 200501 2 003

MENGESAHKAN

1. Tim penguji

Ketua : **Dewi Ayu Hidayati, S.Sos., M.Si.**



Penguji Utama : **Dra. Yuni Ratna Sari, M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 19610807 198703 2 001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **01 September 2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun Perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari komisi pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 20 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



Siti Habibah
NPM. 1716011053

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Siti Habibah dilahirkan di Gayau Sakti, 03 September 1999, sebagai anak dari pasangan Bapak Musyafa' dan Ibu Hindun Khasanah. Penulis tinggal di Gayau Sakti, Kecamatan Seputih Agung Kabupaten Lampung Tengah. Pendidikan yang pernah ditempuh penulis yaitu:

1. RA Darussalam, Gayau Sakti Kecamatan Seputih Agung, Kabupaten Lampung Tengah yang diselesaikan pada tahun 2005
2. SD/MI Darussalam, Gayau Sakti Kecamatan Seputih Agung, Kabupaten Lampung Tengah yang diselesaikan pada tahun 2011
3. SMP/MTS Darussalam, Gayau Sakti Kecamatan Seputih Agung, Kabupaten Lampung Tengah yang diselesaikan pada tahun 2014
4. SMA/MA Jauharotul Muallimin, Gayau Sakti Kecamatan Seputih Agung, Kabupaten Lampung Tengah yang diselesaikan pada tahun 2017
5. Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung sampai dengan sekarang.

Selama kuliah, penulis mengikuti beberapa organisasi baik intrakampus diantaranya KORPS Muda BEM U KBM Universitas Lampung tahun 2017, UKM Penelitian Universitas Lampung tahun 2019-2020 dan organisasi ekstrakampus yaitu Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Universitas Lampung. Pada tahun 2020, penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di Desa Eka Mulya, Kecamatan Mesuji Timur, Kabupaten Mesuji dan melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama 30 hari di Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPPA) Provinsi Lampung. Penulis telah menyelesaikan skripsi 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) ”.

MOTTO

“Mulailah segala sesuatu dengan bismillah, lakukan dengan keyakinan dan selesaikan dengan kearifan dan kebijaksanaan”.

(Siti Habibah, 2021)

“Menulislah, karena nama dan karyamu akan abadi bersama apa yang kau tuliskan di masa sekarang”.

(Siti Habibah, 2021)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayahnya, saya dapat menyelesaikan sebuah karya sederhana dengan penuh perjuangan ini kupersembahkan untuk;

Kedua orang tua saya yang sudah memberikan banyak limpahan kasih sayang, dukungan serta motivasi kepada penulis Bapak 'Musyafa' dan ibu Hindun Khasanah. Terimakasih banyak atas support nya selama ini dan mohon maaf karena sampai saat ini saya belum bisa menjadi kebanggaan kalian.

Keluarga besar saya yang telah memotivasi dan memberikan dukungan baik materil maupun nonmateril, saya ucapkan terimakasih banyak dan semoga saya dapat menjadi salah satu jalan terang untuk keberlanjutan pendidikan adik-adik saya kedepannya.

Sahabat dan teman-teman saya yang sudah menemani perjalanan hidup saya dan banyak membantu.

Almamater tercinta Universitas Lampung.

UCAPAN TERIMAKASIH

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamduillah, segala puji bagi Allah SWT. yang telah memberikan rahmat, hidayah dan inayah-Nya serta kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Yang menunjukkan jalan kebenaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi 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)”** sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Sosiologi di Universitas Lampung. Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, bantuan dan motivasi serta kritik dan saran dari berbagai pihak dan sebagai rasa syukur penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Dr. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
2. Ibu Dr. Bartoven Vivit Noerdin, M.Si. Sebagai Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
3. Ibu Dewi Ayu Hidayati, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi, terimakasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan, masukan serta motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
4. Ibu Dra. Yuni Ratna Sari, M.Si., selaku dosen pembahas skripsi. Terimakasih telah memberikan bimbingan, masukan, kritik dan saran serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Usman Raidar, M.Si., selaku dosen pembimbing akademik, terimakasih atas bimbingannya selama saya menjadi mahasiswa di jurusan Sosiologi.

6. Seluruh dosen pengajar di jurusan Sosiologi yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya semoga apa yang diperoleh penulis dapat bermanfaat untuk masyarakat luas.
7. Staff administrasi jurusan sosiologi dan Staff administrasi fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan kebutuhan administrasi.
8. Kedua orang tua penulis, Bapak dan Ibu tercinta Bapak Musyafa' dan Ibu Hindun yang merupakan inspirasi terbesar penulis dalam menyelesaikan kuliah di Universitas Lampung. Terimakasih atas dukungan tak terhingga yang bapak dan ibu berikan dan maaf belum bisa menjadi kebanggaan bapak dan ibu. Semoga bapak dan ibu selalu diberikan kesehatan dan umur yang panjang serta kebahagiaan dan keberkahan yang tak terhingga.
9. Saudara-saudari penulis, Kang Bambang Sutrisno, Kang Miftahur Roji, Kang A. Agus Salim, Mbak Eva Uswatun Khasanah, Mbak Evi Masitoh dan adik penulis Lutfiyana Lailatul Izah, Bas Tomi Alwi dan Indah Lestari Selvi Amelia. Terimakasih atas segala support dari kalian akhirnya penulis bisa menyelesaikan studi dan semoga bisa menjadi jalan terang untuk adik-adik saya agar dapat mengenyam pendidikan sampai perguruan tinggi.
10. Pengelola pasar Koga, Bapak Made Kawi dan pedagang pasar Koga yang membantu proses pengerjaan skripsi ini. Semoga selalu diberikan kesehatan dan kelancaran rezekinya.
11. Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Provinsi Lampung, terutama Bidang Data Gender dan Anak dan Partisipasi Masyarakat. Terimakasih atas bimbingannya selama praktik kerja lapangan di sana.
12. Guru-guru di MA Jauharotul Muallimin yang telah memberikan ilmunya serta membimbing saya selama belajar menjadi pendidik disana.
13. Sahabat-sahabatku keluarga besar PMII Komisariat Unila terkhusus Rayon FISIP, Bang Robi, Teh Devi, Bang Rama, Mas Irfan, Devina, Dwi, dan sahabat-sahabat lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Senior PMII Unila Mas Nasikin, Mbak Fadhilah, Mbak Iffah, Mbak Rika dan para sesepuh terimakasih telah memberikan motivasi dan pelajaran berharga

selama kuliah. Pengurus PK PMII Unila tahun 2021/2022 yakni Ketua Komisariat Mas Irfan Arrafii dan para punggawanya semoga selalu dikuatkan pundaknya dalam mengemban amanah kepengurusan di tahun ini. Teman-teman satu angkatan Nikmah, Ayu, Mutiha, Vinda, Indah, Yati serta adik-adik ku Wahyu Anifah, Diana, Arum, Avon, Rido dan lain-lain semangat berproses, semoga menjadi sarjana yang bermanfaat dikemudian hari.

14. Teman-teman UKM Penelitian yang memberikan motivasi menulis dan berkarya serta berprestasi. Semoga kita disukseskan dengan jalannya masing-masing.
15. Teman-teman satu angkatan Sosiologi 2017, Siti Haliza, Melda Putri, Suci Lestari, Fitria Suciani, Eva Yuliana, Septi, Rani, Feni, Renita, Izzah, Dwi Aprilia, Dika, Novita, Annisa, dan Intan serta teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas motivasi dan dukungannya selama kuliah dan pengerjaan skripsi ini. Semoga kita menjadi sarjana sosial yang bermanfaat dan sukses.
16. Teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) Periode 1 Desa Eka Mulya, Kecamatan Mesuji Timur. Terimakasih sudah menjadi tim yang baik saat melakukan KKN dan semoga kita disukseskan dengan jalannya masing-masing.
17. Semua pihak yang telah membantu dan berkontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis hanya bisa berdoa kepada Allah SWT agar membalas semua kebaikan dan bantuan yang diberikan untuk penulis. Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, akan tetapi penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik semua pihak.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Bandar Lampung, 08 Agustus 2021

Penulis

Siti Habibah
NPM. 1716011053

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan	8
1.4. Manfaat	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pengertian Strategi.....	9
2.2. Pedagang Pasar Tradisional.....	9
2.3. Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang.....	16
2.4. Pandemi COVID-19	20
2.5. Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional.....	23
2.6. Konsep Perubahan Sosial	25
2.6. Penelitian Terdahulu.....	27
2.7. Kerangka Pikir.....	30
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Tipe Penelitian	33
3.2. Lokasi Penelitian	34
3.3. Fokus Penelitian.....	34
3.4. Penentuan Informan.....	35
3.5. Instrumen Penelitian	35
3.6. Jenis Sumber Data	36

3.7 Teknik Pengumpulan Data	37
3.8. Teknik Analisis Data	40
3.9. Teknik Keabsahan Data.....	41
1. Kredibilitas Data (<i>Credibility Test</i>).....	42
2. Pengujian <i>Transferability</i>	45
3. <i>Dependability</i>	45
4. <i>Konfirmability</i>	45
BAB IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
4.1. Profil Kecamatan Kedaton.....	46
4.2. Profil Pasar Koga	50
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1. Profil Informan	57
5.3. Perubahan Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Tradisional Koga di Masa Pandemi COVID-19.....	60
5.3.1. Pekerjaan.....	61
5.3.2. Pendidikan	72
5.3.3. Pendapatan.....	78
5.4. Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional di Masa Pandemi COVID-19	87
5.4.1. Strategi Aktif	87
5.4.2. Strategi Pasif.....	98
5.4.3. Strategi Jaringan	104
5.4.4 Strategi Adaptasi Kebiasaan Baru	109
5.5. Analisis Teori.....	115
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan.....	120
6.2. Saran	122

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jenis-jenis pedagang pasar	14
2. Penelitian terdahulu	27
3. Data singkat informan penelitian.....	39
4. Batas wilayah kecamatan kedaton	46
5. Banyaknya Lingkungan (LK) dan Rukun Tetangga (RT) di Kecamatan Kedaton tahun 2019	47
6. Jumlah penduduk menurut Kelurahan, Jenis kelamin dan Sex ratio di Kecamatan Kedaton, Tahun 2019.....	47
7. Bantaknya sarana pendidikan di Kecamatan Kedaton, Tahun 2019... ..	48
8. Banyaknya sarana dan prasarana kesehatan di Kecamatan Kedaton... ..	48
9. Banyaknya tempat peribadatan di Kecamatan Kedaton Tahun 2019.. ..	49
10. Banyaknya sarana ekonomi di Kecamatan Kedaton Tahun 2019.....	49
11. Daftar Nama Pasar Tradisional menurut lokasi di Kecamatan Kedaton tahun 2019	50
12. Daftar Nama Supermarket di Kecamatan Kedaton tahun 2019	50
13. Sarana dan Prasarana di pasar Koga Kecamatan Kedaton	52
14. Tabel perubahan kehidupan sosial ekonomi pedagang pasar tradisional di Koga di masa pandemi COVID-19	86
15. Strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional di Koga di masa pandemi	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka pikir strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional di masa pandemi covid-19	32
2. Tampak depan pasar Koga	51
3. Tampak samping pasar koga.....	51
4. Fasilitas dan sarana prasarana di pasar Koga	52
5. Kegiatan perdagangan di pasar Koga	53
6. Struktur pengelola pasar Koga Bandar Lampung.	56
7. Pedagang dan pembeli di pasar koga mematuhi protokol kesehatan. 71	
8. Keadaan pasar tradisional Koga saat pandemi covid-19	80
9. Perbedaan antara blok kebutuhan sehari-hari dengan blok ke pakaian dan perabotan	81
10. Barang dagangan salah satu informan	91
11. Pedagang dan pembeli di pasar Koga mematuhi protokol kesehatan.....	110

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Virus Corona (Corona Virus Disease) merupakan pandemi yang tengah melanda dunia termasuk Indonesia. Virus ini menyebabkan banyak kematian sehingga World Health Organization (WHO) menetapkan COVID-19 sebagai Public Health Emergency of International Concern atau Kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang Meresahkan Dunia. Komite Penanganan COVID-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional menyebutkan bahwa di Indonesia sendiri terhitung pada tanggal 29 Desember 2020 sebanyak 727.122 orang yang terkonfirmasi positif COVID-19, 596.783 orang dinyatakan sembuh dan 21.702 orang dinyatakan meninggal dunia (Satgas COVID-19, 2020). Angka ini masih akan bertambah karena sampai dengan saat ini belum terjadi penurunan jumlah terkonfirmasi positif setiap harinya secara signifikan.

Merespon pandemi COVID-19, Pemerintah Indonesia melakukan upaya untuk menekan lajunya penularan virus ini dengan membuat suatu kebijakan yang membatasi aktivitas keluar dari rumah, belajar mengajar, bekerja dari rumah (*work from home*), dan ibadah atau kegiatan keagamaan (Yunus & Rezki, 2020). Kebijakan tersebut dikenal dengan sebutan *social distancing*. Syarifudin (2020) mengatakan bahwa kebijakan *social distancing* diberlakukan guna membatasi interaksi sosial untuk menghindarkan masyarakat dari kerumunan yang menyebabkan penularan COVID-19 (Purbawati et al., 2020).

Interaksi sosial menurut Effendi (2007) adalah hubungan antar individu dimana terjadi proses saling mempengaruhi antar individu tersebut. Pada interaksi sosial terdapat hubungan timbal balik antar individu, individu dengan

kelompok dan antar kelompok (Harahap, 2020). Interaksi sosial dapat berupa proses saling menyapa, berjabat tangan, berbicara dan berkumpul serta interaksi lainnya yang menimbulkan kontak sosial dan komunikasi antar orang atau kelompok. Adanya *Social Distancing* akibat pandemi COVID-19 menyebabkan penurunan interaksi sosial dan komunikasi pada masyarakat sehingga menghambat laju mobilitas sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Pandemi COVID-19 merupakan realitas yang harus dihadapi oleh masyarakat. Kekhawatiran terhadap pandemi membawa pengaruh terhadap perubahan sikap sosial terutama interaksi sosial. Keputusan untuk menjauhi aktivitas normal merupakan pilihan terbaik saat ini. Tetapi, hal ini menyebabkan terjadi perubahan struktur dalam masyarakat sehingga terbentuk kelompok sosial, aturan, nilai dan norma baru, stratifikasi sosial dan pergeseran pola serta kebiasaan baru yang dijadikan sebagai budaya dalam menjalani hidup (Harahap, 2020). Pandemi COVID-19 juga menimbulkan kekhawatiran bagi masyarakat karena virus ini memberikan dampak pada berbagai sektor bukan hanya kesehatan dan sosial saja tetapi juga pada sektor perekonomian (Octaviani, 2020).

Sektor perekonomian merupakan salah satu sektor yang paling terdampak karena adanya pandemi COVID-19. Menurut catatan Badan Pusat Statistik (BPS) Pertumbuhan ekonomi Indonesia triwulan II tahun 2020 menurun sebesar 5,32 persen (BPS, 2020). Penurunan ekonomi ini menyebabkan banyaknya pekerja yang kehilangan pekerjaan. Kementerian Ketenagakerjaan (Kemnaker) tahun 2020 menyatakan bahwa pada masa pandemi, pekerja yang dirumahkan atau di PHK mencapai 1.943.916 pekerja dari 114.340 perusahaan di Indonesia. Pekerja tersebut berasal dari sektor formal yaitu sebesar 1.500.156 orang (77 persen) dari 83.546 perusahaan dan pekerja sektor informal sebanyak 443.760 orang (23 persen) dari 30.794 perusahaan. Pengurangan pekerja memiliki pengaruh terhadap tingkat konsumsi dan daya beli masyarakat. Sebagian besar masyarakat mulai mengatur pengeluaran keuangannya karena ketidakpastian akan pandemi yang terjadi.

Situasi pandemi COVID-19 secara tidak langsung berdampak pada sektor-sektor lain seperti pekerja harian, pedagang, UMKM dan usaha-usaha masyarakat yang membutuhkan keramaian masa. Aktivitas diluar rumah pada saat pandemi banyak dikurangi sehingga hal ini menyebabkan industri-industri konvensional mengalami penurunan pendapatan yang signifikan. Menurut Kementerian Perindustrian (2020) sebanyak 60 persen industri yang terdampak COVID-19 merupakan jenis industri yang bersifat konvensional dan bergantung dengan keramaian masa (Kurniawansyah et al., 2020). Salah satu yang berkaitan dengan industri konvensional yang bergantung pada keramaian masa yaitu pasar tradisional.

Pasar tradisional adalah salah satu pusat kegiatan ekonomi sebagian masyarakat Indonesia. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dimana terjadi proses tawar-menawar harga atas barang-barang yang diperjualbelikan dan biasanya merupakan barang untuk kebutuhan sehari-hari, hasil pertanian, dan hasil laut (Tambunan, 2020). Mengikuti konsep dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, Pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, BUMN dan BUMD termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli dengan melalui tawar menawar (BPS, 2018).

Keberadaan pasar tradisional memegang peranan penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia. Berdasarkan hasil survei profil pasar Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018, jumlah pasar tradisional ada di Indonesia sebanyak 14.182 unit atau 88,52 persen dari jumlah seluruh pasar di Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pasar tradisional masih menjadi tumpuan perekonomian masyarakat Indonesia. Pasar tradisional atau pasar rakyat dapat dimanfaatkan secara langsung oleh petani, nelayan dan masyarakat untuk menjual hasil bumi dalam rangka memaksimalkan potensi wilayah tersebut.

Keberadaan pasar tradisional dapat menjadi ruang untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat berkembang (Tambunan, 2020).

Menurut Istifhama (2017), pasar tradisional dianggap penting diantaranya: pasar tradisional merupakan wujud usaha ekonomi masyarakat; mengajarkan masyarakat sebagai pelaku usaha, bukan sebagai pencari kerja; sebagai pelaku ekonomi yang mandiri sehingga tidak tergantung pada upah; dan mendidik untuk membangun usaha mandiri. Keberadaan pasar tradisional memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesempatan kerja, pertumbuhan produk domestik regional bruto, dan pendapatan rata-rata masyarakat serta penurunan tingkat kemiskinan (Tambunan, 2020). Pada laporan Kementerian Perdagangan RI (Kemenpar, 2017), berbagai fungsi strategis dimiliki oleh pasar rakyat (pasar tradisional) yaitu sebagai simpul kekuatan ekonomi lokal, memberikan kontribusi kepada perekonomian daerah, meningkatkan kesempatan kerja, menyediakan sarana berjualan, referensi harga bahan pokok, peningkatan pendapatan asli daerah (PAD), serta hulu sekaligus muara perekonomian informal (Tambunan, 2020).

Pasar tradisional merupakan tempat berkumpul untuk berjualan dan sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan, dengan pola hubungan ekonomi yang menghasilkan terjalannya interaksi sosial yang akrab antara pedagang dan pembeli, pedagang dengan pedagang dan pedagang dengan pemasok. Pasar tradisional juga merupakan representasi kebutuhan sosialisasi antar individu, secara fisik dalam ruang yang saling berdekatan dan situasi yang tidak jauh dari pemukiman (Aliyah, 2020). Pasar tradisional memiliki karakter humanis sehingga mampu membangun kedekatan dan hubungan kekeluargaan antara pedagang dan pembeli yang menjadi karakteristik yang khas bagi pasar tradisional sendiri. Pasar tradisional juga memiliki daya tarik tersendiri yaitu harga yang relatif murah dan terdapat kesempatan untuk melakukan tawar-menawar sehingga pembeli dapat memperoleh kepuasan dengan harga yang disepakati bersama bahkan lebih murah (Herman, 2011). Keberadaan pandemi

COVID-19 menimbulkan dampak bagi perekonomian masyarakat Indonesia, terutama bagi pedagang tradisional.

Pedagang tradisional merupakan pelaku usaha ekonomi kerakyatan yang berjuang hidup mandiri tanpa bantuan siapapun untuk memenuhi kebutuhan keluarga, anak dan istri. Pedagang tradisional biasanya membuka lapak di pasar tradisional atau disekitar rumah mereka (Komara & Prasetya, 2019). Pada masa pandemi, pedagang pasar tradisional mengalami penurunan omset dalam berdagang. Menteri Perdagangan Agus Suparmanto mengatakan bahwa omset pedagang pasar tradisional anjlok kisaran 40 hingga 70 persen akibat melambatnya aktivitas perekonomian selama pandemi COVID-19 (CNN Indonesia, 2020).

Banyak pedagang yang merugi karena pembeli yang sangat jarang bahkan tidak ada. Beberapa pedagang masih mencari peruntungan berjualan untuk menyambung hidup karena pedagang tradisional bergantung pada pendapatan harian (Sinaga & Purba, 2020). Mereka masih berjualan sebagaimana biasa, tetapi hal ini bukan berarti tak mengandung celah masalah karena di masa pandemi ini terjadi penurunan pendapatan akibat dari sepi orang yang keluar rumah (Purbawati et al., 2020). Dampak perekonomian ini dirasakan oleh pedagang pasar tradisional yang ada di Lampung.

Keberadaan pasar tradisional masih mendominasi pergerakan perekonomian yang ada di Lampung. Hal ini dikarenakan pasar tradisional memiliki jumlah yang banyak dibanding dengan pasar modern dan swalayan. Menurut Badan Pusat Statistik, pasar tradisional di Lampung berjumlah 635 unit. Sedangkan, jumlah pusat perbelanjaan sebanyak 11 unit dan toko swalayan sebanyak 27 unit (BPS, 2019). Pasar tradisional di Lampung memiliki peranan yang penting dalam perkembangan ekonomi masyarakat termasuk di perkotaan seperti pada Kota Bandar Lampung.

Bandar Lampung merupakan ibukota dari Provinsi Lampung. Sebagai pusat kota, Bandar Lampung merupakan sentra perdagangan baik barang atau jasa. Salah satu sarana perdagangan yang mendukung yaitu keberadaan pasar tradisional. Selama pandemi, pasar tradisional di Bandar Lampung masih beroperasi sebagaimana biasanya dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Demi mencegah penyebaran COVID-19, pemerintah kota Bandar Lampung menerapkan *physical distancing* pada pedagang tradisional (Kompas.tv, 2020). Di Bandar Lampung sendiri, terdapat 29 pasar tradisional yang beroperasi setiap harinya (Dinas Koperasi, UKM, Perindag Kota Bandar Lampung, 2017). Salah satu pasar yang menjadi sentra perbelanjaan masyarakat Bandar Lampung yaitu pasar Koga.

Pasar Koga memiliki lokasi di pusat kota Bandar Lampung yang membuat pasar ini menjadi salah satu sentra ekonomi yang selalu ramai pengunjung. Letaknya yang strategis di samping jalan raya juga membuat pasar ini mudah diakses oleh pembeli. Pasar Koga bisa dibilang punya posisi yang relatif baik. Namun, keberadaan COVID-19 ini membuat masyarakat mengurangi aktivitas diluar terutama ketempat yang rawan akan penularan virus COVID-19 dalam hal ini adalah pasar Koga.

Pandemi COVID-19 memberikan dampak yang cukup besar bagi pedagang di Pasar Koga. Berdasarkan observasi yang dilakukan pada 31 Desember 2020, pasar Koga terlihat sepi pembeli dan tidak seramai biasanya. Sebagian besar pembeli datang ke pasar untuk mencari kebutuhan pokok seperti sayur-sayuran dan keperluan sehari-hari. Sedangkan pada area lapak pakaian dan peralatan terlihat sepi pembeli. Salah satu pedagang di pasar mengatakan bahwa selama pandemi pasar menjadi lebih sepi, hal itu berdampak pada pendapatannya setiap hari yang menurun drastis akibat pandemi. Informan mengatakan bahwa penurunan yang terjadi sekitar 75 persen dari sebelum pandemi. Menyikapi hal itu, pedagang memilih tetap bertahan untuk berjualan meskipun hanya bisa memutarakan kembali penghasilannya sebagai modal usaha kembali. Padahal,

ia harus mencukupi kebutuhan sehari-hari dan biaya pendidikan dua orang anaknya.

Dampak terparah yang terjadi pada pedagang pasar tradisional yaitu setelah penetapan Bandar Lampung sebagai zona merah COVID-19. Ketakutan untuk keluar dari rumah akibat pandemi membuat perubahan pola konsumen dalam membeli. Analitycs (2020) mengatakan bahwa beberapa tren baru utama yang menurut Global Data muncul akibat adanya pandemi COVID-19 yaitu perubahan penggunaan *e-commerce* yang masif, peningkatan belanja di *one stop shop retailers* dan percepatan dalam membeli penawaran produk lokal (Rohmah, 2020).

Tren *e-commerce* ini berdampak pada menurunnya omset penjualan pedagang karena sebagian besar pedagang tradisional di pasar Koga masih menggunakan sistem berdagang secara konvensional. Penurunan omset penjualan ini jika dibiarkan terus menerus akan membuat pedagang merugi dan mengalami kerentanan sosial akibat pandemi COVID-19. Menyikapi hal itu, pedagang melakukan berbagai upaya atau strategi untuk tetap bertahan hidup dan mempertahankan bisnisnya agar tetap berjalan selama pandemi COVID-19. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Strategi Bertahan Hidup Pedagang Tradisional dimasa Pandemi COVID-19, studi pada pedagang tradisional di pasar Koga Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung”.

1.2. Rumusan Masalah

- 1.2.1 Bagaimana perubahan kehidupan sosial ekonomi pedagang tradisional di pasar Koga Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung pada masa pandemi COVID-19?
- 1.2.2 Bagaimana strategi bertahan hidup pedagang tradisional di pasar Koga Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung pada masa pandemi COVID-19?

1.3. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1.3.1. Mengetahui dan menganalisis perubahan kehidupan sosial ekonomi pedagang pasar tradisional di pasar Koga Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung pada masa pandemi COVID-19.
- 1.3.2. Mengetahui dan menganalisis strategi bertahan hidup pedagang tradisional di pasar Koga Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung pada masa pandemi COVID-19.

1.4. Manfaat

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan informasi serta mampu menjadi acuan dan memperkaya khazanah ilmu sosiologi mengenai strategi bertahan hidup pedagang tradisional di masa pandemi COVID-19.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai perubahan kehidupan pedagang di masa pandemi serta strategi yang dilakukan pedagang tradisional untuk dapat bertahan hidup ditengah pandemi sehingga dapat hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman dalam menentukan langkah yang harus diambil berbagai pihak terkait kedepanny

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia strategi merupakan ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. Strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (KBBI, 2020). Strategi merupakan rencana mengenai cara penggunaan dan pendayagunaan potensi dan sarana yang tersedia untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dari suatu kegiatan (Johar & Hanum, 2016).

Strategi memiliki fungsi untuk penentu aspek keunggulan organisasi, tugas manajerial, pola pengambilan keputusan dan sebagai upaya pengalokasian sumber daya untuk mengembangkan keunggulan berdaya saing yang berkesinambungan (Zaini, 2016). Maka dari itu, strategi adalah suatu rencana yang terpadu, komprehensif, dan terintegrasi dengan tujuan untuk mempertahankan dan keberhasilan suatu usaha dalam jangka panjang.

2.2. Pedagang Pasar Tradisional

2.2.1. Konsep Pedagang

A. Pengertian Pedagang

Pedagang menurut Damsar (2009) merupakan badan atau orang yang membeli, menerima atau menyimpan barang dengan tujuan untuk dijual, diserahkan, atau dikirim kepada orang lain dalam bentuk barang asli maupun sudah dijadikan barang barang lain (Pratama & Sahnun, 2019). Menurut Sujatmiko (2014) pedagang merupakan seseorang yang melakukan suatu perdagangan,

memperjualbelikan barang yang diproduksi oleh orang lain (Pratama & Sahnun, 2019). Maka dari itu, pedagang merupakan seseorang yang melakukan perdagangan dengan memperjualbelikan barang dan jasa baik dalam bentuk barang asli maupun sudah menjadi barang lain. Pedagang dapat dikategorikan menjadi dua jenis yaitu:

1. Pedagang grosir

Pedagang grosir merupakan pedagang yang berperan dalam kegiatan distribusi antara produsen dan pedagang eceran.

2. Pedagang eceran

Pedagang eceran merupakan pedagang yang menjual barang atau jasa langsung kepada konsumen.

B. Jenis-jenis pedagang

Pedagang menurut jalur distribusi yang mereka lakukan dibedakan menjadi beberapa macam diantaranya yaitu:

1. Pedagang distributor tunggal

Pedagang distributor tunggal merupakan pedagang yang memegang hak distribusi suatu produk/barang dagangan dari perusahaan tertentu.

2. Pedagang partai besar

Pedagang partai besar yaitu pedagang yang membeli suatu produk/barang dagangan dalam jumlah besar untuk dijual kepada pedagang lainnya.

3. Pedagang eceran

Pedagang eceran merupakan pedagang yang menjual produk/barang dagangan langsung kepada konsumen.

Menurut sosiologi ekonomi, pedagang dibedakan atas dasar penggunaan dan pengelolaan pendapatan dari kegiatan berdagang untuk dihubungkan dengan ekonomi keluarga. Maka dari itu Geertz (1963) dalam Mai dan Buchholt (1987) membagi pedagang menjadi empat jenis diantaranya yaitu:

1. Pedagang Profesional

Pedagang profesional yaitu pedagang yang menganggap bahwa aktivitas perdagangan dapat menghasilkan pendapatan yang dijadikan sumber utama

dan satu-satunya bagi perekonomian keluarga. Pedagang profesional terdiri dari pedagang distributor, pedagang partai besar, atau pedagang eceran.

2. Pedagang Semi Profesional

Pedagang semi profesional merupakan pedagang yang menganggap bahwa aktivitas perdagangan yang dilakukan untuk memperoleh penghasilan, tetapi penghasilan tersebut hanya sebagai sumber tambahan bagi ekonomi keluarga. Sumber tambahan memiliki arti yang berbeda bagi setiap orang. sumber tambahan pada masyarakat berkembang memiliki arti yang sangat penting bagi perekonomian keluarga sehingga aktivitas berdagang harus dilakukan agar perekonomian keluarga dapat berjalan stabil.

3. Pedagang Subsistensi

Pedagang subsistensi merupakan pedagang yang menjual barang atau produk yang berasal dari aktivitas subsistensi dalam rangka mencukupi kebutuhan ekonomi rumah tangga. Misalnya pada wilayah pertanian, maka pedagang subsistensi adalah petani yang menjual hasil pertaniannya kepasar di desa/kecamatan. Pedagang subsistensi menggunakan hasil berdagang untuk membeli keperluan subsistensi lainnya seperti pangan dan sandang.

4. Pedagang Semu

Pedagang semu merupakan pedagang yang melakukan aktivitas berdagang sebagai suatu hobi, mendapat suasana baru, atau mengisi waktu luang. Pedagang semu tidak mengharapkan kegiatan berdagang sebagai sarana untuk memperoleh uang atau bahkan bisa mendapat kerugian dari aktivitas berdagangnya.

2.2.2. Konsep Pasar

A. Pengertian Pasar

Kata pasar berasal dari bahasa latin “*mercatus*” yang artinya berdagang atau tempat berdagang¹. Menurut Sudaryono (2015) pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan sebuah transaksi. Pasar merupakan tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu yang

¹ Damsar dan Indriyani. (2018). Pengantar Sosiologi Pasar. Jakarta: Prenamedia Group.

disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, toko, mall, plaza, pusat perdagangan dan lain-lain (Bangsawan, 2019). Pasar adalah pertemuan antara penjual dan pembeli yang diarahkan oleh permintaan dan penawaran dalam proses, ruang, dan waktu (Damsar & Indriani, 2018) Dari pengertian diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan sebuah transaksi perdagangan dalam proses, ruang dan waktu tertentu.

B. Fungsi Pasar

Pasar memiliki fungsi sebagai tempat untuk pelayanan bagi masyarakat (Bangsawan, 2019). Hal ini dapat terlihat dari berbagai aspek atau bidang diantaranya:

1. Segi ekonomi, yaitu sebagai tempat transaksi antara produsen dan konsumen yang berperan sebagai *demand* dan *suplai*.
2. Segi sosial budaya, yaitu kontrak sosial yang dilakukan secara langsung dan telah menjadi tradisi masyarakat dengan pola interaksi antara komunitas pada sektor informal maupun formal.
3. Arsitektur, merupakan penunjuk ciri khas daerah yang menampilkan bentuk-bentuk fisik bangunan yang dimiliki.

C. Jenis-Jenis Pasar

1. Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, BUMN dan BUMD termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, Ios, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli dengan melalui tawar menawar (BPS, 2018). Pasar tradisional menjadi tempat berkumpul untuk melakukan jual beli dan sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan. pola hubungan ekonomi yang dihasilkan berupa terjalinnya interaksi sosial yang akrab Pasar tradisional merupakan tempat berkumpul untuk berjual beli dan sebagai pusat kegiatan

sosial ekonomi kerakyatan, dengan pola hubungan ekonomi yang menghasilkan terjalannya interaksi sosial yang akrab antara pedagang dan pembeli, pedagang dengan pedagang dan pedagang dengan pemasok.

Pasar tradisional juga merupakan representasi kebutuhan sosialisasi antar individu, secara fisik dalam ruang yang saling berdekatan dan situasi yang tidak jauh dari pemukiman (Aliyah, 2020). Pasar tradisional dapat disimpulkan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli dimana terdapat proses jual beli dengan disertai tawar menawar harga dan interaksi sosial yang akrab serta secara fisik, ruang dan situasi tidak jauh dari pemukiman.

2. Pasar Modern

Pasar modern adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi jual beli yang terjadi secara tidak langsung. Pembeli melayani kebutuhannya sendiri dengan mengambil sendiri barang dagangan yang sudah tersedia di rak dengan harga yang ditetapkan pemilik dan tidak bisa melakukan tawar menawar (Bangsawan, 2019). Hutabarat (2009) mendefinisikan pasar modern adalah suatu pasar dimana penjual dan pembelinya tidak melakukan transaksi secara langsung. Pembeli hanya melihat label harga pada kemasan barang atau produk dan pembelinya dilayani secara mandiri oleh pramuniaga (Yunita & Waruwu, 2019). Kesimpulannya pasar modern merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dimana terdapat transaksi jual beli secara tidak langsung yaitu pembeli melihat harga yang tertera untuk kemudian dilayani secara mandiri oleh pramuniaga.

Pasar tradisional dan pasar modern memiliki perbedaan yaitu pasar tradisional proses jual beli yang terjadi melalui proses interaksi sosial antara pedagang dan pembeli berupa tawar menawar sehingga memperoleh kesepakatan harga dari kedua belah pihak. Sedangkan pasar modern transaksi jual beli terjadi secara tidak langsung atau tanpa melalui proses

tawar menawar. Pembeli dapat melihat harga pada label dan sepakat dengan harga yang tertera. Pasar sebagai tempat transaksi jual beli yang membutuhkan keterlibatan antara pedagang dan pembeli ini menjadi tempat yang terdampak oleh keberadaan pandemi COVID-19.

2.2.3. Pedagang Pasar Tradisional

Pedagang pasar tradisional merupakan seseorang yang melakukan perdagangan dengan memperjualbelikan barang dan jasa pada suatu pasar dimana terdapat proses jual beli dengan melalui tawar menawar disertai interaksi sosial yang akrab antara penjual dan pembeli. Pedagang pasar dibedakan atas berbagai jenis diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1. Jenis-jenis pedagang pasar

No.	Kriteria	Jasa Pedagang
1.	Menurut jumlah pelaku	Pedagang individu Pedagang gabungan
2.	Menurut jenis kegiatan	Pedagang formal Pedagang informal
3.	Menurut modal	Pedagang modal kecil Pedagang modal sedang Pedagang modal cukup Pedagang modal besar
4.	Menurut status	Pedagang tetap Pedagang temporer
5.	Menurut tempat asal	Pedagang desa Pedagang kota
6.	Menurut cara penyalurannya	Pedagang eceran Pedagang grosir Pedagang pengepul
7.	Menurut jangkauan pelayanan	Pedagang langsung Pedagang tidak langsung
8.	Menurut materi dagangan	Pedagang barang riil Pedagang barang jasa

Sumber: Ananta Heri dkk, Menahan Serbuan Pasar Modern: 94-96 (Dwijaya, 2019).

Menurut Forbes dalam Marning dan Effendi (1985), struktur perdagangan sektor informal digolongkan menjadi tiga kategori yaitu sebagai berikut:

- a. Penjual borongan (punggawa), yaitu pihak yang memiliki cadangan atau penguasaan modal yang lebih besar dalam hubungan perekonomian dan digunakan secara luas baik di kota maupun di desa.
- b. Pengecer besar, yaitu pedagang-pedagang besar yang memiliki warung di pasar. Warung tersebut sudah berbentuk permanen namun kekuatan penggunaan tempat tersebut tergantung persetujuan dan tata tertib pemerintah setempat.
- c. Pengecer kecil, yaitu pedagang pasar yang berjualan di luar pasar, tepi jalan maupun mereka yang menempati kios-kios di pinggiran pasar (Kushadiyanto, 2006).

2.2.3.1. Pedagang Kecil

Pada penelitian ini, pedagang yang menjadi objek kajian adalah pedagang kecil. Menurut Swastha (1984) Pedagang kecil merupakan pengecer, toko pengecer atau lembaga yang melakukan kegiatan usaha keperluan pribadi. Penggolongan pedagang kecil meliputi: pedagang daging dan ikan, pedagang tekstil dan pakaian, pedagang sayur dan rempah-rempah, pedagang kelontong, pedagang makanan dan minuman, pedagang buah-buahan, penjual jasa, pedagang loak dan sebagainya (Komara & Prasetya, 2019).

Pedagang kecil adalah suatu usaha sendiri atau individu yang mempunyai modal kecil. Sesuai dengan Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM), Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil

sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini (Pohan, 2015). Maka dari itu, pedagang kecil merupakan usaha yang dilakukan oleh individu sebagai pengecer yang berdiri sendiri untuk melakukan kegiatan usaha dengan menjual barang/jasa kepada konsumen tingkat akhir.

2.2.3.2. Kriteria Pedagang Kecil

Pedagang kecil harus memiliki kriteria sebagaimana kriteria usaha kecil menurut UU No. 9 Tahun 1995 yaitu sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Milyar Rupiah).
3. Milik Warga Negara Indonesia.
4. Berdiri sendiri, bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar.
5. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum termasuk koperasi.

2.3. Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata sosial berarti segala sesuatu yang berkenaan dengan masyarakat (KBBI, 2020). Sedangkan dalam konsep sosiologi, manusia disebut sebagai makhluk sosial yang artinya manusia tidak dapat hidup tanpa bantuan manusia lain disekitarnya. Dengan begitu, kata sosial diartikan sebagai sesuatu yang berkenaan dengan masyarakat. Istilah ekonomi berasal dari kata Yunani yakni "*oikos*" yang berarti keluarga atau rumah tangga dan "*nomos*" yang artinya peraturan, aturan dan hukum. Maka ekonomi dapat diartikan sebagai aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga (Rizki, 2018).

Menurut Rosdiana (2018) Sosial ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok masyarakat yang ditentukan oleh jenis aktivitas ekonomi, pendidikan, serta pendapatan seseorang. Menurut Melly G Tan dalam Koentjaraningrat (1981) mengatakan bahwa untuk melihat kondisi sosial ekonomi masyarakat dapat dilihat dari tiga aspek yaitu pekerjaan, pendidikan dan penghasilan. Dari ketiga aspek tersebut, suatu kelompok masyarakat dapat digolongkan memiliki kondisi sosial dan ekonomi rendah, sedang dan tinggi (Kayupa, 2015) Maka dari itu, faktor kondisi sosial ekonomi yang menjadi indikator dalam penelitian mengenai strategi bertahan hidup pedagang tradisional di masa pandemi COVID-19 yaitu pekerjaan, pendidikan dan pendapatan.

1. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan suatu rangkaian tugas yang dirancang untuk dikerjakan oleh seseorang dan sebagai imbalannya akan diberikan gaji atau upah menurut kualifikasi dan berat ringan pekerjaannya (Rizki, 2018). Pekerjaan akan menentukan status sosial ekonomi karena pekerjaan dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari. Kartono (1991) mengatakan bahwa tujuan bekerja tidak hanya berhubungan dengan aspek ekonomi/mendapatkan pendapatan (nafkah) untuk keluarga saja, namun juga berfungsi untuk mendapatkan status agar dapat diterima menjadi bagian dari satu unit status sosial ekonomi dan untuk memainkan peranan dalam statusnya (Sodik, 2015). Pekerjaan dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

a. Pekerjaan Tetap

Pekerjaan tetap dalam rumah tangga merupakan pekerjaan utama seseorang yang dapat menjadi faktor yang mempengaruhi kemiskinan rumah tangga. Pekerjaan utama kepala rumah tangga berpengaruh terhadap tingkat kemiskinan karena setiap pekerjaan memiliki tingkat upah yang berbeda (Rizki, 2018).

b. Pekerjaan Sampingan

Pekerjaan sampingan menurut Basir (1999) merupakan pekerjaan yang dimiliki seseorang, biasanya pekerjaan ini dilakukan karena pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan pokok belum tercukupi untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari atau karena masih ada sisa waktu seseorang setelah mengerjakan pekerjaan pokoknya (Syachroni et al., 2019).

Pekerjaan merupakan aspek penting dalam keberlangsungan hidup manusia karena pekerjaan dapat memberikan penghasilan yang mampu untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Pada penelitian ini, aspek pekerjaan yang menjadi indikator perubahan sosial ekonomi pedagang pasar tradisional yaitu pekerjaan tetap sebagai pedagang maupun pekerjaan sampingan lainnya yang dilakukan pedagang pasar tradisional serta perubahan yang terjadi di masa pandemi COVID-19.

2. Pendidikan

Pendidikan menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 merupakan usaha sadar yang terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik dapat secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Jenjang pendidikan di Indonesia terdiri dari sebagai berikut:

a. Pendidikan Dasar

Pendidikan dasar merupakan jenjang pendidikan yang melandasi jenjang pendidikan menengah. Pendidikan dasar berbentuk Sekolah Dasar (SD) dan Madrasah Ibtidaiyah (MI) atau Sekolah Menengah Pertama (SMP/MTS) sederajat.

b. Pendidikan Menengah

Pendidikan menengah merupakan lanjutan pendidikan dasar yang terdiri dari pendidikan menengah umum dan pendidikan menengah kejuruan. Pendidikan menengah berbentuk Sekolah Menengah Atas

(SMA), Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), dan Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK) dan bentuk lainnya sederajat.

c. Pendidikan Tinggi

Pendidikan tinggi merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program Pendidikan Diploma, Sarjana, Magister, Spesialis, dan Doktor yang diselenggarakan Perguruan Tinggi.

Pada penelitian ini, faktor pendidikan mengacu pada pendidikan formal pedagang pasar tradisional dan keluarganya yang menjadi indikator kehidupan sosial ekonomi pedagang karena pendidikan pedagang memberikan dampak pada banyaknya pengetahuan dan kemampuan pedagang dalam berdagang. Pendidikan disini juga mengacu pada pendidikan keluarga pedagang sehingga hal ini akan menggambarkan seberapa besar tanggungan/tanggung jawab pendidikan yang ditanggung oleh pedagang itu sendiri. Selain itu, ditengah pandemi COVID-19 ini, pendidikan merupakan salah satu aspek kehidupan yang terdampak.

Pedagang pasar tradisional memiliki peran sebagai pencari nafkah dalam keluarga, tetapi disisi lain mereka juga merupakan orang tua yang juga memiliki tanggung jawab untuk memberikan pendampingan terhadap pendidikan anaknya. Terlebih, dimasa pandemi COVID-19, pendidikan anak beralih menjadi sistem daring (dalam jaringan) sehingga orang tua dirumah memiliki peran aktif dalam mengarahkan anak dalam belajar. Pendidikan dalam penelitian ini dilihat dari pendidikan terakhir pedagang dan pendidikan anak dari pedagang tersebut serta perubahan pada aspek pendidikan ditengah pandemi COVID-19 yang mengacu pada peran orang tua (pedagang) dalam memberikan pendampingan terhadap anak di samping ia harus mencari nafkah untuk mencukupi kebutuhan hidup keluarganya.

3. Pendapatan

Pendapatan menurut Sukirno (2006) adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh individu atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan atau tahunan (Rizki, 2018). Menurut Badan Pusat Statistika, pendapatan merupakan imbalan yang diterima baik dalam bentuk uang ataupun barang yang dinilai dengan harga setempat yang dibayarkan perusahaan, kantor, dan majikan (BPS, 2018). Menurut Sumardi, Mulyono dan Dieter-ever (1982) membagi pendapatan menjadi tiga macam yaitu pendapatan pokok, tambahan, dan pendapatan keseluruhan (Rizki, 2018).

Pendapatan merupakan indikator sosial ekonomi pedagang pasar tradisional karena pendapatan ini menjadi dasar bagi pedagang untuk dapat bertahan hidup dan mencukupi kebutuhan sehari-hari. Pada penelitian ini yang aspek pendapatan pedagang pasar tradisional dilihat dari perubahan pendapatan pedagang pasar tradisional baik pendapatan pokok, tambahan, dan pendapatan keseluruhan yang diperoleh oleh pedagang pasar tradisional dan apa yang mempengaruhi perubahan pendapatan yang terjadi pada pedagang.

2.4. Pandemi COVID-19

Pandemi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan wabah yang menjangkit dimana-mana, meliputi daerah geografi yang luas (KBBI, 2020). Pandemi merupakan epidemi (penyebaran) suatu penyakit di wilayah yang luas, misalnya beberapa benua atau seluruh dunia. Suatu penyakit bisa dikatakan pandemi apabila sudah menyebar secara cepat ke seluruh dunia dengan tingkat infeksi yang tinggi dan menular. Pandemi memiliki skala yang melintasi batas internasional dan mempengaruhi sejumlah besar orang. Sepanjang sejarah, sejumlah pandemi penyakit telah terjadi seperti cacar (*variola*), flu babi dan tuberkolosis dan pada akhir tahun 2019 dunia termasuk Indonesia mengalami pandemi global yaitu COVID-19 (Soetjipto, 2020).

COVID-19 merupakan virus yang menyerang sistem pernapasan. Penularannya yang sangat cepat membuat virus ini cepat menyebar hampir ke seluruh penjuru dunia. Untuk mengantisipasinya, WHO dan pemerintah Indonesia memberikan himbauan untuk tidak melakukan kontak dengan benda yang sering disentuh, menjaga kebersihan tangan (mencuci tangan dengan sabun dan *antiseptik*) dan lingkungan sekitar, menjaga kebersihan setelah bepergian, menerapkan etika bersin dan batuk serta memakai masker, selalu menjaga jarak dengan orang dan menjauhi keramaian, melakukan isolasi mandiri setelah bepergian, dan memiliki pengetahuan tentang virus COVID-19 (Soetjipto, 2020). Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pandemi COVID-19 merupakan epidemi (penyebaran) virus yang menyerang sistem pernapasan pada manusia dimana virus ini dapat menyebar dengan cepat ke seluruh dunia dengan tingkat inveksi yang tinggi dan menular.

2.4.1 Dampak Pandemi COVID-19

Pandemi COVID-19 memberikan dampak pada berbagai sektor kehidupan manusia. Pandemi ini telah menyebabkan banyak korban jiwa dengan tingkat kematian yang besar di hampir seluruh penjuru dunia, bukan hanya itu dampak-dampak lain juga beriringan seperti kesehatan mental, ekonomi, sosial dan politik. Berikut secara garis besar dampak pandemi COVID-19 pada sektor sosial dan ekonomi.

a. Dampak Sosial

Pandemi COVID-19 memberikan perubahan terhadap pola interaksi sosial dalam kehidupan masyarakat. Sejak adanya pandemi COVID-19, masyarakat dihimbau untuk menjaga jarak fisik (*physical distancing*) untuk membatasi penularan virus ini. Kegiatan yang mengandung keramaian menjadi salah satu aktivitas yang dihindari. Pandemi COVID-19 telah menjadi realitas sosial yang mau tidak mau harus dihadapi oleh masyarakat. Kekhawatiran terhadap pandemi membawa pengaruh terhadap perubahan sikap sosial terutama interaksi sosial.

Keputusan untuk menjauh dari kehidupan sosial secara normal lebih baik untuk situasi saat ini. Akibatnya, terjadi perubahan struktur masyarakat yang menimbulkan terbentuknya kelompok sosial, aturan, dan norma baru, perbedaan tingkatan (stratifikasi sosial), pergeseran pola serta kebiasaan-kebiasaan baru yang dijadikan sebagai kebudayaan dalam menjalani hidup (Harahap, 2020). Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa dampak sosial pandemi COVID-19 yaitu perubahan pola interaksi dalam masyarakat yang menyebabkan perubahan struktur dan kebiasaan baru sesuai dengan kondisi pandemi COVID-19.

b. Dampak Ekonomi

Menurut survei dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) mengenai dampak pandemi COVID-19 terhadap ekonomi rumah tangga, terdapat ketidakstabilan kondisi perekonomian yang melambat secara signifikan, dimana pada akhirnya mempengaruhi kinerja industri dan usaha mikro, kecil, dan menengah (Nugroho, 2020). Rumah tangga merupakan pelaku ekonomi yang terkecil dan terpenting. Ekonomi rumah tangga yang terdampak yaitu terdapat dua sektor diantaranya yaitu kontraksi pendapatan dan keterbatasan ruang konsumsi.

Kontraksi pendapatan terjadi karena terdapat pemutusan hubungan kerja (PHK), pengurangan gaji, dan penurunan laba usaha. Sedangkan keterbatasan ruang konsumsi diantaranya karena adanya pembatasan mobilitas masyarakat (Nugroho, 2020). Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pandemi COVID-19 memiliki dampak ekonomi berupa ketidakstabilan ekonomi yang berpengaruh terhadap penurunan kinerja industri, usaha mikro, kecil dan menengah.

2.5. Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional

2.5.1. Konsep Strategi Bertahan Hidup

Menurut Snel dan Staring dalam Setia (2005), strategi bertahan hidup merupakan rangkaian tindakan yang dipilih secara sadar oleh individu dan rumah tangga yang miskin secara sosial ekonomi. Melalui strategi ini seseorang dapat berusaha menambah penghasilannya melalui pemanfaatan sumber-sumber lain maupun mengurangi pengeluaran lewat pengurangan penggunaan barang atau jasa. Cara seseorang menyusun strategi ini 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 (Yusuf, 2019). Strategi pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19 merupakan serangkaian upaya dan rencana yang dilakukan pedagang pasar tradisional untuk dapat bertahan hidup dan mempertahankan usahanya ditengah wabah pandemi COVID-19.

2.5.2. Bentuk Strategi Bertahan Hidup

Strategi bertahan hidup menurut Suharto dalam Yusuf (2019) dibedakan menjadi tiga jenis yaitu:

1. Strategi Aktif

Strategi aktif menurut Suharto (2009) merupakan strategi yang dilakukan dengan cara mengoptimalkan segala potensi keluarga (misalnya melakukan aktivitasnya sendiri, memperpanjang jam kerja dan melakukan apapun demi menambah penghasilannya). Strategi aktif dilakukan dengan mencari penghasilan tambahan dengan melakukan pekerjaan sampingan (Yusuf, 2019).

2. Strategi Pasif

Strategi pasif menurut Suharto (2009) merupakan strategi bertahan hidup yang dilakukan dengan cara mengurangi pengeluaran seperti biaya sandang, pangan, pendidikan dan sebagainya. Strategi pasif biasanya

dilakukan dengan membiasakan hidup hemat untuk mengatur dan mengurangi pengeluaran (Yusuf, 2019).

3. Strategi Jaringan

Menurut Suharto (2009) strategi jaringan merupakan strategi bertahan hidup yang dilakuakn dengan menjalin relasi, baik formal maupun dengan lingkungan sosialnya dan lingkungan kelembagaannya (Misalnya meminjam uang kepada tetangga, hutang di warung atau toko, memanfaatkan program kemiskinan, meminjam uang ke rentenir, bank dan sebagainya). Secara umum, strategi jaringan ini dilakukan oleh masyarakat miskin dengan meminta bantuan kepada kerabat atau tetangga dengan meminjam uang. Strategi jaringan dilakukan dengan memanfaatkan jaringan sosial dengan meminta bantuan kepada pihak-pihak terkait. Bantuan sosial yang diterima merupakan modal sosial yang berfungsi sebagai jaring pengaman sosial bagi keluarga miskin (Yusuf, 2019).

2.5.3. Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional

Strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisonal merupakan serangkaian upaya dan rencana yang dilakukan pedagang pasar tradisional untuk dapat bertahan hidup dan mempertahankan usahanya. Strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional menurut Zaini (2016) meliputi: Pertama, menjaga ketersediaan stok bahan baku. Kedua, adanya kesepakatan harga antar pedagang. Ketiga, konsistensi barang yang diperdagangkan. Keempat, adanya iuran kebersihan dan Kelima, adanya solidaritas antar pedagang.

Menurut Irmayanti Yusuf (2019), Strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional meliputi: Pertama, strategi aktif meliputi pedagang memperhatikan pelayanan bagi pembelinya, menjaga kualitas dagangannya dan tempat berdagangnya agar tetap bersih, memberikan diskon kepada pembeli dan adanya bantuan dari istri dan anak dalam berjualan di pasar. Kedua, strategi pasif berupa meminimalisir pengeluaran dengan mengurangi uang belanja dan membeli kebutuhan pokok yang lebih

terjangkau. Ketiga, strategi jaringan meliputi meminta bantuan pinjaman uang kepada kerabat atau teman, beberapa pedagang meminjam uang di bank atau pegadaian dan memanfaatkan dana bantuan yang diberikan pemerintah.

Menurut Ismi Octaviani, Abdul Haris Fatgehipon, Sujarwo (2020) strategi adaptasi pedagang yang terkena dampak pandemi COVID-19 diantaranya yaitu dengan mengoptimalkan segala sumber daya yang dimiliki untuk dapat menambah penghasilan, meminimalisir pengeluaran dan memanfaatkan hubungan jaringan. Maka dari itu dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional meliputi:

1. Strategi Aktif

Strategi aktif dilakukan dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada baik dari segi pelayanan, kebersihan, kualitas barang dagangan, harga, diskon, dan bantuan tenaga dari keluarga untuk berjualan.

2. Strategi Pasif

Strategi pasif dilakukan dengan meminimalisir pengeluaran, mengurangi uang belanja dan membeli kebutuhan pokok yang lebih terjangkau.

3. Strategi Jaringan

Strategi jaringan dilakukan dengan memanfaatkan hubungan jaringan dengan meminta bantuan pinjaman uang kepada kerabat atau teman, bank atau pegadaian dan dana bantuan pemerintah.

2.6. Konsep Perubahan Sosial

Perubahan sosial merupakan fenomena kehidupan yang dialami oleh setiap masyarakat di manapun dan kapan pun. Setiap masyarakat manusia selama hidupnya pasti mengalami perubahan-perubahan dalam berbagai aspek kehidupannya, yang terjadi di tengah-tengah pergaulan (interaksi) antara sesama individu warga masyarakat, demikian pula antara masyarakat dengan lingkungan hidupnya. Menurut Selo Soemardjan, perubahan sosial merupakan semua perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan dalam suatu

masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk di dalamnya nilai-nilai, sikap-sikap dan pola-pola perilaku di antara kelompok-kelompok masyarakat. Menurut Talcott Parsons, perubahan sosial tidak terlepas dari proses pemenuhan fungsi-fungsi masyarakat.

Fungsi-fungsi tersebut dikenal dengan *functional prerequisite* yang meliputi:

- a. Fungsi penyesuaian diri yaitu fungsi dimana sistem sosial harus mampu secara terus menerus untuk beradaptasi dengan lingkungan. Dalam kehidupan masyarakat, fungsi adaptasi ini dijabarkan melalui berbagai kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidup yang sesuai dengan tuntutan lingkungan.
- b. Fungsi pencapaian tujuan yaitu fungsi dimana semua sistem sosial harus memiliki instrumen atau alat untuk memobilisasi sumber daya yang ada agar tujuan kehidupan masyarakat dapat terwujud. Penjabaran fungsi ini dalam kehidupan masyarakat yaitu adanya sistem politik, serta sistem penyatuan person dan wewenang masing-masing unsur masyarakat.
- c. Fungsi integrasi yaitu fungsi dimana tiap sistem sosial harus mampu mempertahankan koordinasi internal dari bagian-bagian (sub-subsistemnya), dan membangun cara untuk mempertahankan kesatuannya (integrasi).
- d. Fungsi pemeliharaan pola keseimbangan (*pattern Maintenance*) yaitu fungsi yang dilakukan dengan adanya kontrak sosial, penetapan norma-norma serta sistem hukum.

Proses perubahan sosial tersebut akan berjalan terus, sesuai dengan berkembangnya faktor-faktor lingkungan sosial ekonomi dan budaya yang senantiasa menuntut peningkatan daya penyesuaian diri dari masyarakat terhadap perkembangan tuntutan lingkungan. Perubahan sosial dapat berjalan secara lambat atau evolusi maupun berjalan secara cepat atau revolusi.

2.6. Penelitian Terdahulu

Tinjauan terhadap penelitian terdahulu berfungsi untuk memberi acuan kerangka berpikir untuk mengkaji masalah yang menjadi saran dari sebuah penelitian. Untuk mendapat informasi-informasi pendukung, maka seorang peneliti harus melakukan studi kepustakaan yang termasuk didalamnya adalah tinjauan penelitian terdahulu. Oleh karena itu, adanya tinjauan penelitian terdahulu dimaksudkan untuk menjadi acuan penelitian yang akan dilakukan sehingga diketahui perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilakukan
1.	Mukhlis Zaini (2016)	Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Sumber Sari	Hasil penelitian ini yaitu banyaknya minimarket di Kecamatan Sumber Sari mengakibatkan dua pasar utama di kecamatan tersebut mengalami penurunan jumlah pembeli. hal itu menyebabkan para pedagang menggunakan strategi agar tetap bertahan. Pertama, menjaga ketersediaan stok bahan baku. Kedua, adanya kesepakatan harga antara pedagang. Ketiga, konsistensi jenis barang yang diperdagangkan. Keempat, adanya iuran kebersihan. Kelima, solidaritas antar pedagang.	Perbedaan penelitian yang dilakukan Mukhlis Zaini (2016) dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu terdapat pada fokus penelitiannya dimana pada penelitian Mukhlis Zaini fokus penelitiannya adalah untuk mengetahui strategi bertahan hidup pasar tradisional akibat keberadaan pasar modern yang memberikan dampak signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti fokus pada strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional pada masa pandemi COVID-19. Selain itu, terdapat perbedaan lokasi penelitian yang mana penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu di Pasar Koga Kecamatan Kedaton Bandar Lampung.

2.	Irmayanti Yusuf (2019)	Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Sanggam Adji Dilayas Kabupaten Berau	<p>Hasil penelitian yang diperoleh yaitu strategi yang digunakan pedagang ialah strategi aktif, pasif, dan jaringan. Pertama, strategi aktif meliputi pedagang memperhatikan pelayanan bagi pembelinya, menjaga kualitas dagangannya dan tempat berdagangnya agar tetap bersih, memberikan diskon kepada pembeli dan adanya bantuan dari istri dan anak dalam berjualan di pasar. Kedua, strategi pasif berupa meminimalisir pengeluaran dengan mengurangi uang belanja dan membeli kebutuhan pokok yang lebih terjangkau. Ketiga, strategi jaringan meliputi meminta bantuan pinjaman uang kepada kerabat atau teman, beberapa pedagang meminjam uang di bank atau pegadaian dan memanfaatkan dana bantuan yang diberikan pemerintah.</p>	<p>Perbedaan penelitian yang dilakukan Irmayanti Yusuf (2019) dan penelitian ini yaitu terdapat pada fokus penelitiannya dimana pada penelitian Irmayanti Yusuf (2019) fokus penelitiannya adalah untuk mengetahui strategi bertahan hidup pasar tradisional akibat keberadaan pasar modern yang memberikan dampak signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti fokus pada strategi bertahan hidup pedagang tradisional pada masa pandemi COVID-19. Selain itu, terdapat perbedaan lokasi penelitian yang mana penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu di Pasar Koga Kecamatan Kedaton Bandar Lampung.</p>
3.	Ismi Octaviani, Abdul Haris Fatgehipon, Sujarwo (2020)	Strategi Adaptasi Pedagang Tradisional saat Pandemi COVID-19	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tiga strategi yang digunakan oleh para pedagang yang terkena dampak pandemi COVID-19 diantaranya yaitu dengan mengoptimalkan segala sumber daya yang dimiliki untuk dapat menambah</p>	<p>Perbedaan penelitian oleh Ismi Octaviani, Abdul Haris Fatgehipon, Sujarwo (2020) dan peneliti yaitu terletak pada fokus penelitian dimana pada penelitian Octaviani, <i>et. al</i> dilakukan untuk mengetahui strategi adaptasi pedagang tradisional dimasa pandemi sedangkan penelitian yang akan</p>

			<p>penghasilan, meminimalisir pengeluaran dan memanfaatkan hubungan jaringan. Selain itu, terdapat perubahan sosial seperti perilaku dalam berdagang yaitu dengan memanfaatkan E-Commerce saat berdagang. Perubahan tersebut dikarenakan pedagang tidak lagi mendapatkan pemasukan dari berdagang offline sehingga mereka akhirnya memanfaatkan <i>E-Commerce</i> sebagai peluang untuk mencukupi kebutuhan hidup.</p>	<p>dilakukan peneliti yaitu strategi bertahan hidup pedagang tradisional di masa pandemi COVID-19. Pada penelitian Octaviani, <i>et. al</i> yang menjadi informan yaitu masyarakat minangkabau yang berdagang di <i>Thamrin City</i> sedangkan pada penelitian ini pedagang yang akan menjadi objek penelitian adalah umum atau pedagang di Pasar Koga tanpa memperhatikan suku/ras. Selain itu, terdapat perbedaan lokasi penelitian yang mana penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu di Pasar Koga Kecamatan Kedaton Bandar Lampung.</p>
--	--	--	--	--

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19. Studi yang dilakukan berlokasi di pasar Koga, Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung. Perbedaan dengan penelitian sebelum-sebelumnya yaitu penelitian ini memiliki fokus penelitian pada strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19. Pandemi COVID-19 memiliki dampak sosial dan ekonomi yang cukup signifikan bagi pedagang pasar tradisional. Hal itu yang menyebabkan pentingnya kajian yang mendalam mengenai kondisi sosial ekonomi pedagang pasar tradisional dan strategi bertahan hidup yang dilakukan pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19.

2.7. Kerangka Pikir

Pandemi COVID-19 merupakan suatu fenomena yang memberikan dampak terhadap berbagai sektor kehidupan. Pada kehidupan sosial, adanya pandemi COVID-19 memberikan perubahan terhadap pola interaksi sosial dalam kehidupan bermasyarakat. Keputusan untuk menjauh dari kehidupan sosial akibat adanya pandemi menimbulkan adanya pengurangan interaksi sosial secara langsung dalam kehidupan sehari-hari. Pengurangan interaksi sosial menyebabkan terbentuknya kelompok sosial, aturan, dan norma baru yang bermunculan, perbedaan tingkatan (stratifikasi sosial), pergeseran pola sampai kebiasaan-kebiasaan baru yang dijadikan sebagai kebudayaan dalam menjalani hidup (Harahap, 2020). Selain itu, pandemi COVID-19 juga menimbulkan kekhawatiran bagi seluruh masyarakat karena virus ini memberikan dampak di berbagai sektor bukan hanya sosial saja tetapi juga pada sektor perekonomian. Pandemi COVID-19 menimbulkan dampak ekonomi yang sangat besar terutama yang berkaitan dengan industri konvensional yang bergantung pada keramaian masa salah satunya yaitu pasar tradisional.

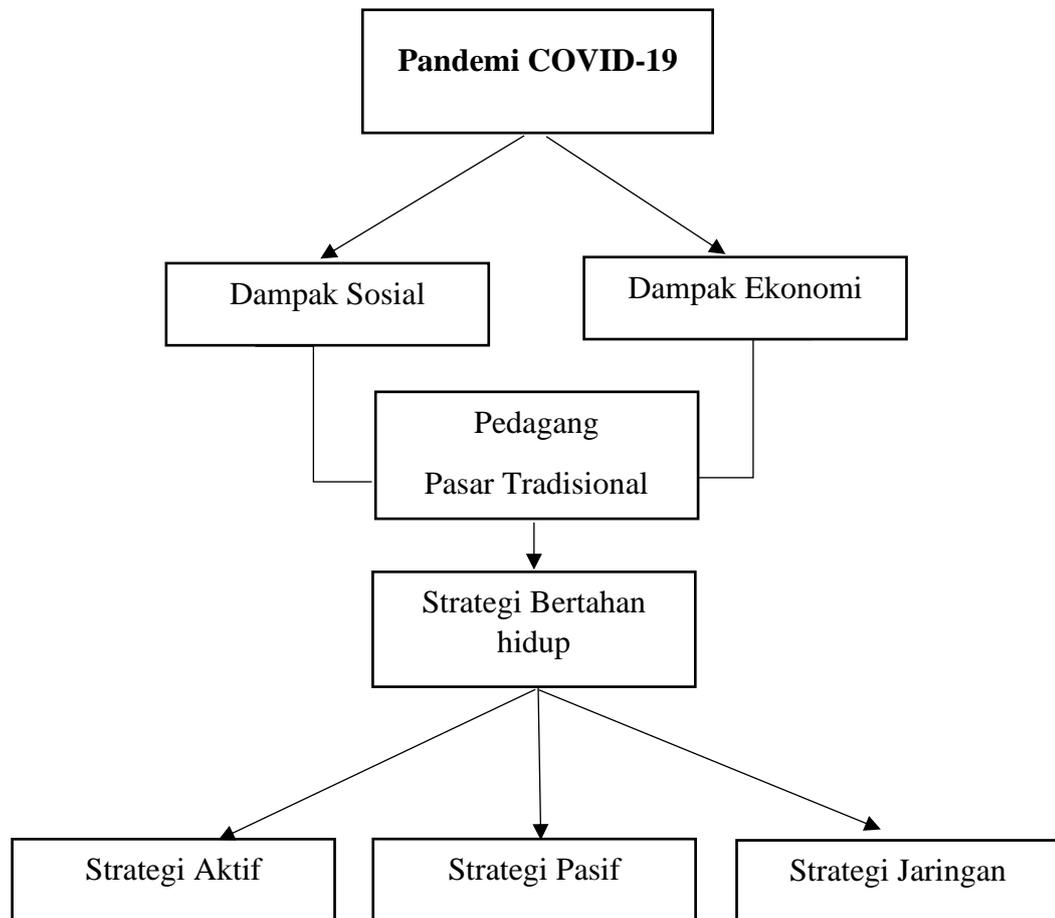
Pasar tradisional merupakan tempat berkumpul untuk berjual beli dan sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan, dengan pola hubungan ekonomi yang menghasilkan terjalannya interaksi sosial yang akrab antara pedagang dan pembeli, pedagang dengan pedagang dan pedagang dengan pemasok. Pada masa pandemi, pedagang pasar tradisional mengalami penurunan pendapatan yang signifikan. Banyak pedagang yang merugi karena pembeli yang sangat jarang bahkan tidak ada. Maka dari itu dibutuhkan strategi agar para pedagang dapat terus bertahan hidup di masa pandemi. Menurut Snel dan Staring dalam Setia (2005:6), strategi bertahan hidup merupakan rangkaian tindakan yang dipilih secara sadar oleh individu dan rumah tangga yang miskin secara sosial ekonomi. Melalui strategi ini seseorang dapat berusaha menambah penghasilannya melalui pemanfaatan sumber-sumber lain maupun mengurangi pengeluaran lewat pengurangan penggunaan barang atau jasa.

Strategi pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19 merupakan serangkaian upaya dan rencana yang dilakukan pedagang pasar tradisional untuk dapat bertahan hidup dan mempertahankan usahanya ditengah wabah pandemi COVID-19. Strategi dibedakan menjadi tiga jenis yaitu pertama strategi aktif dengan cara mengoptimalkan segala potensi keluarga (misalnya melakukan aktivitasnya sendiri, memperpanjang jam kerja dan melakukan apapun demi menambah penghasilannya). Kedua yaitu strategi pasif yang dilakukan dengan cara mengurangi pengeluaran seperti biaya sandang, pangan, pendidikan dan sebagainya. Ketiga yaitu strategi jaringan yang dilakukan dengan menjalin relasi, baik formal maupun dengan lingkungan sosialnya dan lingkungan kelembagaannya.

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai suatu hal yang penting. Dengan demikian kerangka pikir merupakan pemahaman mendasar yang menjadi pondasi dalam setiap pemikiran yang menjadi proses dari keseluruhan penelitian yang dilakukan.

Berikut kerangka pikir yang menjadi pedoman peneliti dalam mengkaji strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19 seperti yang dijelaskan pada gambar 1.

**Kerangka Pikir Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional
di Masa Pandemi COVID-19**



Gambar 1. Kerangka pikir strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Menurut Sugiyono (2004) metode penelitian merupakan sebuah teknik atau cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Muhajirin & Maya, 2017). Metode pendekatan penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Menurut Nasution (1992) penelitian kualitatif pada hakikatnya adalah mengamati orang dalam lingkungannya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh pengertian dan pemahaman tentang suatu peristiwa atau perilaku manusia (Rukajat, 2018).

Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat dari populasi pada daerah tertentu. Penelitian deskriptif mampu memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena tertentu (Muhajirin & Maya, 2017). Pemilihan pendekatan kualitatif deskriptif dilakukan atas dasar spesifikasi objek penelitian dan untuk mendapatkan informasi yang mendalam tentang suatu fenomena sosial. Hal ini dilakukan agar dapat menjawab keterkaitan terhadap permasalahan yang sedang dikaji peneliti yaitu mengenai strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional dimasa pandemi COVID-19.

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian ini dilaksanakan. Lokasi yang menjadi tempat penelitian ini adalah di Pasar Koga, Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung. Lokasi ini dipilih karena pasar Koga merupakan salah satu pusat perekonomian masyarakat Bandar Lampung. Letaknya yang berada di pusat kota serta akses yang mudah membuat pasar ini selalu ramai dikunjungi masyarakat yang hendak berbelanja kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti pada 30 Desember 2021, ditemukan bahwa pedagang di pasar Koga mengalami dampak yang signifikan akibat pandemi COVID-19. Pasar yang tadinya ramai pembeli berubah menjadi sepi dan secara otomatis membuat omset pedagang pasar tradisional menurun drastis sejak adanya pandemi COVID-19.

3.3. Fokus Penelitian

Menurut Meleong (2010), fokus penelitian dimaksudkan untuk membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan yang tidak relevan, agar tidak dimasukan kedalam sejumlah data yang sedang dilakukan. Fokus penelitian memberikan batasan-batasan hal yang akan diteliti.

Adapun fokus penelitian strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19 ini yaitu sebagai berikut:

1. Kehidupan sosial ekonomi pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19 yang meliputi pendapatan, pekerjaan, modal dan kesehatan.
2. Strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19
 - a. Strategi aktif
 - b. Strategi pasif
 - c. Strategi jaringan

3.4. Penentuan Informan

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *purposive* dimana pemilihan informan dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dan ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian. Adapun pemilihan informan berdasarkan judul strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19 dilakukan dengan mempertimbangkan pada tujuan penelitian dengan memilih informan yang memiliki pengetahuan yang luas mengenai permasalahan yang akan diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah pedagang kecil yang berjualan di area Pasar Koga, Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung.

Adapun kriteria pedagang kecil yang dipilih sebagai informan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Pedagang kecil yang berjualan di pasar Koga Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung dan sudah berjualan minimal 1 tahun serta mampu memberikan data akurat tentang apa yang ingin dicapai dalam penelitian ini.
2. Pedagang yang terdampak pandemi COVID-19.
3. Pedagang yang sudah berkeluarga.

3.5. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2011) instrumen penelitian pada penelitian kualitatif yaitu peneliti sendiri. Peneliti disebut sebagai *human instrumen* yang bertugas menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya. Namun setelah fokus penelitian sudah jelas, maka akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana yang dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang ditemukan melalui observasi dan wawancara. Kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif meliputi sebagai perencana, pelaksanaan pengumpulan data, analisis, penafsir data dan pelapor hasil penelitiannya (Walidin & Idris, 2015). Instrumen

penelitian dalam hal ini adalah peneliti dalam melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi menggunakan kamera foto, perekam suara dan perekam video untuk merekam pembicaraan serta menggunakan catatan lapangan selama proses penelitian berlangsung. Alat-alat tersebut digunakan oleh peneliti sehingga semua pembicaraan, kejadian (informasi) yang berhubungan dengan representasi pedagang tradisional dapat di dokumentasikan untuk kemudian dikumpulkan dan selanjutnya dianalisis oleh peneliti.

3.6. Jenis Sumber Data

Sumber data menurut Zulfadrial (2004) merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh (Walidin & Idris, 2015). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date* (Rizki, 2018). Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data primer yaitu melalui observasi dan wawancara. Peneliti menggunakan data primer sebagai bahan untuk mengetahui kehidupan sosial ekonomi pedagang pasar tradisional dan strategi yang digunakan pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan yang mendukung penelitian ini agar dapat memperkuat data primer. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data yang bersumber dari buku, jurnal, skripsi, media online, *thesis* dan *website* pemerintah (Rizki, 2018). Pada penelitian ini, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, *thesis*, skripsi dan sumber-sumber lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi mengenai persoalan yang sedang diteliti (Sugiyono, 2014). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan studi yang disengaja dan dilakukan secara sistematis, terencana, dan terarah pada suatu tujuan dengan mengamati dan mencatat fenomena atau perilaku satu atau sekelompok orang pada kehidupan sehari-hari dengan memperhatikan syarat-syarat ilmiah sehingga hasilnya dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya (Walidin, et al., 2015). Teknik pengumpulan data dengan cara observasi digunakan peneliti agar memperoleh informasi yang akurat sesuai kondisi di lapangan dan permasalahan yang sedang diteliti yaitu mengenai strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19.

Observasi yang akan dilakukan peneliti yaitu mengenai kegiatan pedagang pasar tradisional di masa Pandemi COVID-19, kehidupan sosial ekonomi seperti pekerjaan sampingan, interaksi sosial dan strategi bertahan hidup yang dilakukan pedagang pasar tradisional selama pandemi yang dapat diobservasi secara langsung.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara menurut Sugiyono (2014) adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dari suatu topik tertentu. dengan wawancara, peneliti dapat mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal itu tidak dapat ditemukan melalui observasi.

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*), yang mana teknik wawancara ini dilakukan peneliti untuk

menggali informasi secara lebih mendalam, terbuka, bebas, dan sesuai dengan fokus penelitian yang peneliti tetapkan. Wawancara mendalam dilakukan dengan terlebih dahulu menyiapkan daftar pertanyaan sebagai pedoman wawancara. Namun, daftar pertanyaan tersebut bukanlah sesuatu yang bersifat ketat, tetapi dapat mengalami perubahan sesuai kondisi di lapangan.

Dalam proses wawancara, peneliti melakukan pencatatan agar informasi dan data yang diperoleh dapat di sajikan sebagaimana kejadian atau informasi yang semestinya. Adapun pencatatan wawancara yang digunakan dalam proses penelitian ini yaitu pencatatan langsung, pencatatan dalam ingatan, dan pencatatan dengan alat recording.

Dengan metode wawancara ini, peneliti memperoleh data primer yang berkaitan dengan kehidupan sosial ekonomi dan strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19 sehingga memperoleh gambaran yang jelas terkait permasalahan yang diteliti. Kendala yang dihadapi saat proses wawancara yaitu ada beberapa informan yang sedikit tertutup terhadap pertanyaan-pertanyaan yang peneliti ajukan sehingga peneliti berupaya lebih untuk menggali informasi secara mendalam dengan mencari alternatif pertanyaan guna memperoleh fokus pertanyaan yang peneliti ajukan.

Informan dalam hal ini berjumlah 8 orang yang merupakan pedagang kecil yang setiap hari berjualan di pasar Koga. Berikut merupakan data umum tentang informan penelitian berdasarkan usia, alamat, lama berdagang, dan jenis dagangan

Tabel 3. Data singkat informan penelitian

No	Nama (Inisial)	Usia (Tahun)	Alamat	Jenis dagangan
1	RM	56	Rajabasa	Pedagang Buah dan snack
2	WI	50	Pesawaran	Pedagang buah, snack dan jajanan
3	SG	29	Fajar Baru	Pedagang sayuran
4	ST	52	Tanjung senang	Pedagang sembako dan perabotan
5	ID	61	Pasar Koga	Pedagang pakaian
6	YN	46	Way Halim	Pedagang hijab dan perabotan
7	PW	50	Gunung Sula	Pedagang ayam
8	Made Kawi	46	Kalianda	Kepala unit pasar koga

Sumber: Data peneliti, 2021

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data atau informasi dari melalui peninggalan tertulis terutama berupa arsip-arsip dan termasuk buku-buku mengenai pendapat, dalil yang berhubungan dengan masalah penyelidikan (Sugiyono, 2014). Metode dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi dari pedagang dan pengunjung di pasar tradisional Koga Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung serta pihak-pihak terkait yang dapat memberikan data secara objektif. Data tersebut dapat berupa hasil rekaman wawancara, data pendukung berupa foto-foto dokumentasi saat wawancara berlangsung maupun data yang bersumber dari buku, skripsi, thesis, jurnal yang relevan dengan penelitian.

3.8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah untuk dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2014).

Analisis data menurut Matthew dan Michael dibagi menjadi tiga alur kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama (Patilima, 2016) yaitu sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Reduksi data merupakan bagian dari analisis data yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi (Patilima, 2016).

Pada penelitian ini, reduksi data dilakukan dengan cara memilih, menyederhanakan, menggolongkan, mentransformasikan data yang diperoleh dari penelitian mengenai kehidupan sosial ekonomi pedagang pasar tradisional seperti pendidikan, pendapatan, modal, pekerjaan sampingan, interaksi sosial dan kesehatan. Selanjutnya yaitu strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19 yang dilakukan di pasar Koga, Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung yang meliputi strategi aktif, pasif dan jaringan.

2. Penyajian Data

Penyajian data menurut Matthew dan Michael (2014) merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

Penyajian data yang digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu dalam bentuk teks naratif dengan menyederhanakan informasi yang kompleks kedalam satu kesatuan yang disederhanakan dan selektif atau konfigurasi agar dapat dipahami dengan mudah (Patilima, 2016).

Penyajian data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan cara menyajikan hasil penelitian mengenai kehidupan sosial ekonomi dan strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19 berupa profil informan, catatan hasil wawancara mendalam dan dokumentasi hasil pengamatan di lokasi penelitian.

3. Penarikan Kesimpulan (*verifikasi*)

Penarikan kesimpulan merupakan mencari arti benda-benda, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan preposisi. Kesimpulan akhir tergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, pengkodean, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan peneliti dan tuntutan sponsor (Patilima, 2016). Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan ketika semua data telah terkumpul sehingga akan melahirkan kesimpulan mengenai kondisi sosial ekonomi dan strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional di masa pandemi COVID-19.

3.9. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan padanan dari konsep kesahihah (*validitas*) dan keandalan (*realibilitas*). Pada penelitian kualitatif, temuan dapat dikatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi pada objek yang diteliti (Walidin, et.al., 2015). Teknik keabsahan data menurut Sugiyono (2014) terdiri dari sebagai berikut:

1. Kredibilitas Data (*Credibility Test*)

Setiap penelitian harus memiliki kredibilitas yang dapat dipertanggungjawabkan. Kredibilitas penelitian kualitatif merupakan suatu keberhasilan mencapai maksud mengeksplorasi masalah yang majemuk atau keterpercayaan terhadap hasil data penelitian (Sugiyono, 2014). Upaya untuk menjaga kredibilitas dalam penelitian adalah melalui langkah-langkah sebagai berikut:

a. Perpanjangan Pengamatan

Perpanjangan pengamatan dilakukan dengan cara melakukan penelitian kembali ke lapangan. Semakin lama peneliti terlibat dalam pengumpulan data lapangan, maka akan semakin baik untuk mengetahui kebenaran data yang telah diperoleh maupun untuk menemukan data-data baru (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini, perpanjangan pengamatan dilakukan peneliti untuk memastikan keobjektifan data yang telah diperoleh sebelumnya sehingga peneliti dapat memperkuat hasil penelitian atau memperoleh data-data baru yang belum pernah ditemukan sebelumnya.

b. Meningkatkan Ketekunan

Meningkatkan ketekunan merupakan suatu cara melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan meningkatkan ketekunan tersebut, maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara baik dan sistematis. Meningkatkan ketekunan dapat dilakukan dengan cara membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan temuan yang diteliti. Dengan membaca, maka wawasan peneliti akan semakin luas dan tajam sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang ditemukan itu benar/dipercaya atau tidak (Sugiyono, 2014). Proses meningkatkan ketekunan ini akan dilakukan baik dalam proses pengamatan langsung di lokasi penelitian maupun

ketekunan dalam mencari referensi yang mendukung proses penelitian kedepannya.

c. **Triangulasi**

Triangulasi merupakan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Triangulasi menurut Sugiyono (2014) dibedakan menjadi tiga yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Pada penelitian ini triangulasi sumber dilakukan dengan mencari data dari sumber lain untuk menguji kredibilitas data yang diperoleh sebelumnya.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Pada penelitian ini, triangulasi teknik dilakukan dengan mencari informasi mengenai permasalahan yang diteliti dengan teknik yang berbeda baik melalui observasi, dokumentasi dan wawancara untuk memastikan kredibilitas data yang diperoleh sebelumnya.

3. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu untuk menguji kredibilitas data dengan cara melakukan pengecekan data dalam waktu dan situasi yang berbeda. Pada penelitian ini triangulasi waktu dilakukan dengan mengecek kembali data yang telah diperoleh dengan wawancara, observasi dan dokumentasi dalam waktu dan situasi yang berbeda sehingga data akan lebih kredibel dan objektif.

d. Analisis Kasus Negatif

Kasus negatif merupakan kasus yang tidak sesuai dan berbeda dengan hasil penelitian hingga pada saat tertentu. melakukan analisis kasus negatif berarti peneliti dapat mencari data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang telah ditentukan (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini analisis kasus negatif dilakukan dengan cara mencari data yang berbeda atau bertentangan dengan data penelitian yang telah diperoleh sampai dengan tidak ada perbedaan atau data yang kita dapat sama.

e. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi merupakan bahan pendukung yang digunakan untuk membuktikan data yang ditemukan oleh peneliti (Sugiyono, 2014). Bahan referensi yang dipakai peneliti berupa buku, jurnal, thesis, skripsi dan referensi-referensi lain yang dapat dipakai sebagai sumber referensi secara ilmiah.

f. Mengadakan *Membercheck*

Membercheck adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan *membercheck* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh sumber data. Pelaksanaan *membercheck* dapat dilakukan setelah satu periode pengumpulan data selesai atau setelah mendapatkan suatu temuan atau kesimpulan dengan cara datang ke sumber data atau melalui forum kelompok baik secara individual (Sugiyono, 2014). *Membercheck* akan peneliti lakukan dengan mendatangi informan atau sumber data terkait untuk dapat mengecek kembali hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti.

2. Pengujian *Transferability*

Transferabilitas merupakan validitas eksternal yang dilakukan apabila hasil penelitian itu telah dapat digunakan atau diterapkan pada kasus atau situasi lainnya. transferabilitas dapat ditingkatkan dengan cara melakukan penelitian di beberapa lokasi (Sugiyono, 2014). Transferability akan terjadi ketika hasil penelitian ini dapat diterapkan dalam penelitian berikutnya baik oleh peneliti sendiri maupun peneliti lain di lokasi dan suasana yang berbeda.

3. *Dependability*

Dependabilitas adalah apabila orang lain dapat mengulangi/mereplikasi proses penelitian tersebut. Uji dependabilitas dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian dari menentukan masalah atau fokus, memasuki lapangan, menentukan sumber data, melakukan analisis data, melakukan uji keabsahan data, sampai dengan membuat kesimpulan (Sugiyono, 2014). Hasil penelitian dapat dikatakan dependabilitas apabila penelitian ini telah dilakukan orang lain dengan cara mengulangi atau mereplikasi penelitian ini dan memperoleh hasil yang sama.

4. *Konfirmability*

Konfirmabilitas disebut sebagai uji objektivitas dalam penelitian. Peneliti dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati banyak orang. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar konfirmabilitas (Sugiyono, 2014). Uji konfirmabilitas akan terjadi jika hasil penelitian ini mendapatkan kesepakatan dari banyak orang.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1. Profil Kecamatan Kedaton

4.1.1. Letak Geografis

Kecamatan Kedaton memiliki luas wilayah sebesar 472 Hektar dengan topografi wilayah yang berupa dataran. Berdasarkan peraturan Daerah Kota Bandar Lampung No. 04 Tahun 2012 tentang Penataan dan Pembentukan Kelurahan dan Kecamatan, letak geografis dan wilayah administratif Kecamatan Kedaton berasal dari sebagian wilayah geografis dan administratif Kecamatan Kedaton dan Kecamatan Tanjung Karang Pusat dengan batas-batas sebagai berikut:

Tabel 4. Batas wilayah kecamatan kedaton

No.	Batas Wilayah	Kecamatan
1.	Sebelah utara	Tanjung Senang
2.	Sebelah selatan	Tanjung Karang Pusat
3.	Sebelah Timur	Way Halim
4.	Sebelah Barat	Langkapura dan Labuhan Ratu

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2021

4.1.2. Administrasi Pemerintahan

Pemerintahan Kecamatan Kedaton terbentuk sejak tahun 1959, berada pada Provinsi Lampung berdasarkan Undang-Undang No. 14 Tahun 1964. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2012 tentang Penataan dan Pembentukan Kelurahan dan Kecamatan, wilayah Kecamatan Kedaton dibagi menjadi 7 (tujuh) kelurahan, yaitu:

1. Kelurahan Kedaton
2. Kelurahan Sidodadi
3. Kelurahan Sukamenanti
4. Kelurahan Sukamenanti Baru
5. Kelurahan Penengahan
6. Kelurahan Penengahan Raya
7. Kelurahan Surabaya

Secara total, Kecamatan Kedaton terdiri dari 17 Lingkungan (LK) dan 139 Rukun Tetangga (RT) dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 5. Banyaknya Lingkungan (LK) dan Rukun Tetangga (RT) di Kecamatan Kedaton tahun 2019

No	Kelurahan	Lingkungan (LK)	Rukun Tetangga (RT)
1	Sukamenanti	2	3
2	Sidodadi	3	28
3	Surabaya	3	33
4	Kedaton	3	36
5	Sukamenanti Baru	2	10
6	Penengahan	2	11
7	Penengahan Raya	2	11

Sumber: BPS Kota Bandar Lampung

4.1.3. Penduduk

Tabel 6. Jumlah penduduk menurut Kelurahan, Jenis kelamin dan Sex ratio di Kecamatan Kedaton, Tahun 2019.

No	Kelurahan	Laki-laki	Perempuan	Sex ratio
1	Sukamenanti	1843	1794	103
2	Sidodadi	5744	5896	97
3	Surabaya	5797	5976	97
4	Kedaton	6836	5711	102
5	Sukamenanti Baru	2081	2044	102
6	Penengahan	1683	1818	93
7	Penengahan Raya	2279	2183	104

Sumber: BPS Kota Bandar Lampung

Jumlah penduduk di Kecamatan Kedaton pertahun 2019 sebanyak 26.263 Laki-laki dan 26.422 Perempuan. sedangkan kepadatan penduduk di Kecamatan Kedaton sebesar 11.183 jiwa/km² dengan *sex ratio* 99.

4.1.4. Pendidikan

Tabel 7. Banyaknya sarana pendidikan di Kecamatan Kedaton, Tahun 2019

Banyaknya sarana pendidikan yaitu sebagai berikut:

No	Sarana pendidikan	Jumlah
1	Paud	16
2	TK/RA	13
3	SD/MI Sederajat	15
4	SMP/MTS Sederajat	7
5	SMA/SMK/MA Sederajat	8
6	Perguruan Tinggi	-
7	Pesantren	1

Sumber: BPS Kota Bandar Lampung

4.1.5 Kesehatan

Tabel 8. Banyaknya sarana dan prasarana kesehatan di Kecamatan Kedaton

No	Kelurahan	Rumah Sakit	Rumah sakit bersalin	Puskesmas	Puskesmas pembantu	Poskeskel
1	Sukamenanti				1	1
2	Sidodadi					1
3	Surabaya	1				1
4	Kedaton			1		1
5	Sukamenanti Baru					1
6	Penengahan					1
	Penengahan Raya	2				1
	Jumlah	3		1	1	7

Sumber: BPS Kota Bandar Lampung

4.1.6. Agama

Tabel 9. Banyaknya tempat peribadatan di Kecamatan Kedaton Tahun 2019

No	Tempat Ibadah	Jumlah
1	Masjid	38
2	Mushola	35
3	Gereja	4
4	Pura	-
5	Vihara	-

Sumber: BPS Kota Bandar Lampung

4.1.7 Perdagangan

Tabel 10. Banyaknya sarana ekonomi di Kecamatan Kedaton Tahun 2019

No	Sarana Ekonomi	Jumlah
1	Kelompok pertokoan	6
2	Pasar dengan bangunan permanen	2
3	Pasar dengan bangunan semi permanen	1
4	Pasar tanpa bangunan	3
5	Minimarket/Swalayan	17
6	Toko/Warung/Kelontong	115
7	Restoran/Rumah makan	17
8	Warung/Kedai makanan	126
9	Hotel	2
10	Hostel/Motel/Losmen/Wisma	1

Sumber: BPS Kota Bandar Lampung

Sarana perekonomian seperti pasar, toko, warung dan sarana transaksi ekonomi lainnya merupakan faktor penting dalam proses pembangunan ekonomi suatu wilayah. Kelompok pertokoan sebanyak 6 titik dan memiliki 3 pasar tradisional

Tabel 11. Daftar Nama Pasar Tradisional menurut lokasi di Kecamatan Kedaton tahun 2019

No	Nama Pasar	Lokasi
1	Pasar Koga	Kel. Kedaton
2	Pasar Tempel Way Halim	Kel. Kedaton
3	Pasar Tempel Cahaya	Kel. Surabaya

Sumber: BPS Kota Bandar Lampung

Tabel 12. Daftar Nama Supermarket di Kecamatan Kedaton tahun 2019

No	Nama	Lokasi
1	Mall Boemi Kedaton	Kel. Kedaton
2	Cosmo	Kel. Sidodadi

Sumber: BPS Kota Bandar Lampung

4.2. Profil Pasar Koga

4.2.1. Sejarah Pasar Koga

Pasar Koga merupakan pasar yang terletak di Jl. Teuku Umar Nomor 100, Kelurahan Kedaton, Kota Bandar Lampung. Pasar ini memiliki luas tanah 6.950 M2 dengan luas bangunan 3.657 M2. Pasar Koga pada awalnya adalah lapangan tembak dan mess (tempat tinggal), sejak tahun 1984 masyarakat sekitar yang terdiri dari masyarakat Jawa dan Sumatera saling berinteraksi dan berbaur untuk mencukupi kebutuhan hidup dengan saling menukar hasil alam atau biasa disebut sistem barter. Pada awalnya para pedagang berjualan di sisi jalan dengan mendirikan bangunan semi permanen. Sejak saat itu mulai ramai aktivitas jual beli dan akhirnya menjadi sebuah pasar tradisional. Sebagaimana keterangan dari Bapak Made Kawi selaku kepala unit pasar Koga berikut ini:

“Kalo sejarah asal mulanya pasar koga itu dulunya adalah lapangan tembak, namun sebagian masyarakat pada saat itu melakukan transaksi barter. Kemudian lama kelamaan menjadi berkembang dan pada tahun 1984 telah menjadi pasar tradisional.”
(Hasil wawancara dengan bapak Made Kawi pada 16 April 2021).

Pasar Koga terletak di Kelurahan Sidodadi Kecamatan Kedaton Bandar Lampung. Letaknya pasar ini sangat strategis dan mudah dijangkau oleh pengunjung karena berada dipinggir jalan raya Teuku Umar yang banyak dilalui kendaraan umum.

Secara umum lokasi Pasar Koga dapat dilihat secara geografisnya berada diantara:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Natar.
- b. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Karang Pusat.
- c. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang Lampung Selatan.
- d. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Karang Barat.

Bentuk fisik bangunan pasar koga seperti gambar berikut:

Gambar 2. Tampak depan pasar Koga



Sumber: data peneliti, 1 Mei 2021

Gambar 3. Tampak samping pasar Koga



Sumber: data peneliti, 1 Mei 2021

4.2.2. Sarana dan Prasarana di Pasar Koga

Tabel 13. Sarana dan Prasarana di pasar Koga Kecamatan Kedaton

No	Sarana dan Prasarana	Keterangan
1	Jumlah kios	273 Unit
2	Tempat Parkir	Ada
3	Tempat MCK	Ada
4	Listrik	Ada
5	Tempat sampah	Ada
6	Tempat ibadah	Ada

Sumber: Wawancara dengan pengelola pasar Koga Bandar Lampung

Berikut dokumentasi sarana dan prasarana yang ada di pasar Koga

Gambar 4. Fasilitas dan sarana prasarana di pasar Koga



Gambar parkir di pasar Koga, Sumber: data peneliti, 1 Mei 2021



Gambar MCK dan Pos Satpam, Sumber: data peneliti, 1 Mei 2021

4.2.3. Kegiatan Perdagangan di Pasar Koga Bandar Lampung

Pedagang yang berjualan di Pasar Koga, Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung berjumlah 270 orang yang berasal dari berbagai daerah di sekitar Bandar Lampung meliputi Lampung Selatan, Pesawaran dan sebagainya. Dengan adanya pasar Koga warga sekitar dapat memenuhi kebutuhan hidup dirinya dan keluarganya. Adapun aktivitas pedagang yang berjualan dimulai dari dini hari yakni pukul 05.00 WIB sampai dengan 16.00 WIB. Hanya saja pedagang dapat menentukan sendiri jam pulanginya sesuai dengan keinginan masing-masing.

Sebagaimana keterangan dari Bapak Made Kawi selaku Kepala Unit Pasar Koga sebagai berikut:

“Kalau aktivitas sehari-hari, biasanya dimulai jam 5 sampai dengan jam 4 sore tergantung dari pedagang juga mau sampai sore enggaknya.” (Hasil wawancara dengan bapak Made Kawi pada 16 April 2021).

Selain itu, pasar ini masuk dalam kategori pasar tradisional karena dalam melakukan transaksi jual belinya masih menggunakan proses tawar menawar antara penjual dan pembeli sehingga dalam mendapatkan barang yang dibutuhkan oleh konsumen harus datang ke pasar secara langsung. Adapun barang yang dijual di pasar Koga meliputi: Buah-buahan, sayur-sayuran, daging (sapi/ayam), ikan, pakaian, sembako, jajanan dan lain-lain.

Gambar 5. Kegiatan perdagangan di pasar Koga



Sumber: data peneliti, 30 April 2021

Tempat berjualan di Pasar Koga terbagi atas beberapa bagian, yaitu:

- a. Blok A dan B merupakan tempat untuk berjualan sayuran dan sembako.
- b. Blok J dan K merupakan tempat untuk berjualan kosmetik dan daging.
- c. Blok G dan N merupakan tempat berjualan buah-buahan dan bumbu dapur.
- d. Blok M dan O merupakan tempat berjualan pakaian dan ikan.

Pedagang pasar yang menjadi objek dalam penelitian ini jika dilihat dari jumlahnya termasuk kedalam pedagang Individu dimana usaha yang dilakukan oleh pedagang merupakan usaha individu/perseorangan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Sedangkan jenis kegiatan perdagangan yang dilakukan yaitu pedagang informal. Menurut ILO (Organisasi Buruh Internasional) mengatakan bahwa sektor informal adalah cara melakukan pekerjaan apapun dengan karakteristik mudah dimasuki, bersandar pada daya lokal, usaha milik sendiri, bereoperasi dalam skala kecil, padat karya dan dengan teknologi yang adaptif, memiliki keahlian diluar sistem pendidikan formal, tidak terkena langsung regulasi dan pasar yang kompetitif (Purwaningsih, 2016). Jika dilihat dari modal yang dimiliki, pedagang pasar tradisional di Koga yang menjadi informan penelitian ini memiliki jumlah modal dengan rentang kecil sampai dengan sedang karena objek dalam penelitian ini merupakan pedagang kecil dengan kepemilikan modal dan usaha yang relatif kecil sampai dengan sedang.

Pedagang di Pasar Koga berjualan setiap hari dan merupakan pedagang tetap yang berjualan dalam waktu yang cukup lama bahkan sampai bertahun-tahun. Mereka berasal dari desa maupun kota yang letaknya tidak jauh dari pasar tradisional tersebut. Karena kajian penelitian ini fokus pada pedagang kecil, maka pedagang yang menjadi informan adalah mereka pedagang eceran yang berjualan secara langsung sebagai pengecer kepada konsumen dengan jenis barang dagangan yang riil/nyata ada dan dapat langsung didapatkan oleh pembeli.

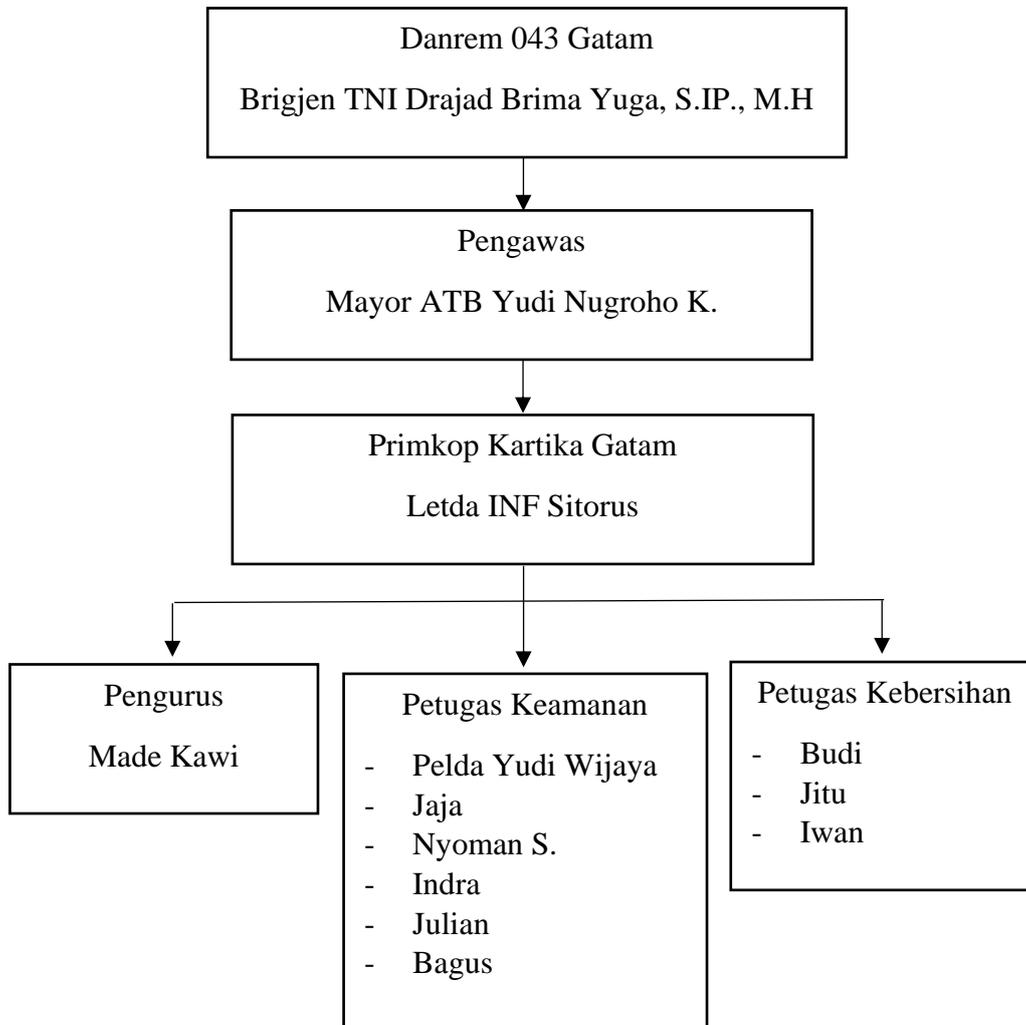
4.2.4. Struktur Pengelola Pasar

Pasar Koga Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung dikelola oleh Danrem 043 Gatam sebagaimana keterangan dari bapak Made Kawi selaku Kepala Unit Pasar Koga sebagai berikut:

“Iya, saat ini pasar Koga dikelola oleh Danrem 043 Gatam, jadi pasar koga ini tidak dibawah naungan dinas perindustrian dan perdagangan, karena milik TNI Danrem Gatam sebelah itu.” (Hasil wawancara dengan bapak Made Kawi pada 16 April 2021)

Adapun struktur pengelola pasar tradisional di Koga akan dijelaskan dalam tabel berikut:

Gambar 6. Struktur pengelola pasar Koga Bandar Lampung



Sumber: Wawancara dengan pengelola pasar, 17 April 2021.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

- A. Kehidupan sosial ekonomi pada pedagang pasar tradisional di Koga sebelum dan sesudah adanya pandemi COVID-19 menurun dari menengah keatas ke menengah kebawah dengan perubahan yang terjadi meliputi pada tiga aspek berikut:
1. 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.
 2. 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
 3. 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

B. Strategi bertahan hidup yang digunakan pedagang kecil di pasar Koga ditengah pandemi COVID-19 yaitu sebagai berikut:

1. Strategi aktif

- a. Menawarkan barang dagangan ke pembeli dengan menawarkan ke pembeli yang melintas di lapak dan berkeliling pasar
- b. Menjaga kualitas barang dagangan dengan cara memperhatikan Kualitas dari pemasok dan menjaga kualitas barang dagangan sampai ketangan pembeli.
- c. Memberikan diskon dan harga yang murah dengan cara menyesuaikan harga pasaran, mengalah dengan harga yang rendah asal balik modal dan memberikan potongan harga ketika membeli dengan jumlah banyak
- d. Bantuan tenaga dari keluarga untuk mencari nafkah dengan cara adanya pekerjaan tambahan oleh suami/istri yaitu suami bekerja sebagai petani, tukang ojek dan buruh serabutan.
- e. Merambah pada sistem penjualan online yang meliputi penjualan melalui media sosial whatsapp dan media sosial lainnya.

2. Strategi pasif

- a. Menghemat pengeluaran untuk konsumsi dengan cara menentukan skala prioritas dan membeli barang konsumsi yang memiliki nilai lebih rendah sebelum adanya pandemi COVID-19.
- b. Mengurangi barang dagangan untuk meminimalisir kerugian dan menghemat penggunaan modal akibat sepiunya pasar tradisional Koga ditengah pandemi COVID-19.
- c. Mengambil tabungan sebelum adanya pandemi untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari dan modal usaha ditengah pandemi COVID-19.
- d. Menghemat pengeluaran untuk membeli baju

3. Strategi Jaringan

- a. Meminjam kerabat atau pihak luar yang meliputi peminjaman modal kepada bank berupa kredit usaha rakyat (KUR), rentenir dan kerabat atau teman.

- b. Mengikuti arisan antar pedagang untuk mengumpulkan modal selama pandemi tetapi beberapa pedagang mengaku selama pandemi tidak lagi mengikuti arisan.
 - c. Menjalin hubungan baik antar sesama penjual dan pembeli.
4. Strategi adaptasi kebiasaan baru
- a. Pedagang menggunakan protokol kesehatan dalam berdagang
 - b. Peduli terhadap kesehatan mental seperti menerima keadaan dan selalu bersyukur
- C. Strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional Koga selama pandemi COVID-19, kecenderungan pedagang pasar tradisional menggunakan strategi aktif untuk tetap bertahan hidup.

6.2. Saran

1. Pedagang pasar tradisional di Koga seharusnya cepat tanggap dalam menghadapi keadaan darurat seperti pandemi COVID-19 dengan cepat beradaptasi dan mencarikan strategi bisnis yang tepat agar usahanya tetap dapat berjalan dan tidak hanya pasrah dengan keadaan.
2. Pedagang pasar tradisional agar lebih memanfaatkan teknologi dalam memasarkan barang dagangan dengan mulai berjualan secara online karena sejak pandemi COVID-19, kebiasaan masyarakat beralih kepada sistem online/digital.
3. Pedagang pasar tradisional dapat menambah penghasilan dari berbagai sumber agar penghasilan yang diperoleh dapat mencukupi kebutuhan hidup pedagang dan keluarga ditengah pandemi COVID-19.
4. Pemerintah Kota Bandar Lampung dan KOREM GATAM sebagai pembuat kebijakan dapat membuat program yang bisa membantu pedagang pasar tradisional baik dalam permodalan, pelatihan dan pemberdayaan pedagang pasar tradisional di Koga selama Pandemi COVID-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Adliyani, Z. O. N. (2015). Pengaruh Perilaku Individu terhadap Hidup Sehat. *Jurnal Majority*, 4(7), 109–114.
- Aliyah, I. (2020). *Pasar Tradisional: Kebertahanan Pasar Dalam Konstelasi Kota*. Yayasan Kita Menulis.
- Andayana, M. N. D. (2020). Perubahan Prilaku Konsumen dan Eksistensi UMKM di Era Pandemi COVID-19. *GLORY: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 1(2), 39–50.
- Bangsawan, S. (2019). *Penerapan Marketing Mix dan STP Sebagai Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Perspektif Pasar Modern*. Pusaka Media, Bandar Lampung.
- BPS. (2018). *Statistik Pendapatan Agustus 2018*.
<https://www.bps.go.id/publication/2018/11/30/c09766cb5f15e934d24893a7/statistikaPendapatan-agustus-2018.html>
- BPS. (2019). *Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern 2019*. BPS Republik Indonesia.
<https://www.bps.go.id/publication/2019/12/20/009a7d2cfa9efb6fff751e8a/profil-pasar-tradisional--pusat-perbelanjaan--dan-toko-modern-2019.html>
- BPS. (2020). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2020. In *www.bps.go.id* (Issue 17/02/Th. XXIV).
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/08/05/1737/-ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2020-turun-5-32-persen.html>
- CNN Indonesia. (2020). *Mendag Sebut Omzet Pedagang Pasar Anjlok hingga 70 Persen*. *Www.Cnnindonesia.Com*.
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200825161617-92-539127/mendag-sebut-omzet-pedagang-pasar-anjlok-hingga-70-persen>
- DINKES. (2017). *No Title*. *Www.Dinkes.Bogorkab.Go.Id*.
- Dwijaya, A. C. (2019). *Pasar Industri Berbasis Wisata di Kota Madiun dengan Pendekatan Konsep Universal Design landasan Program Perencanaan Arsitektur (LP3A)*. UNNES.

- Harahap, S. R. (2020). Proses Interaksi Sosial Di Tengah Pandemi Virus Covid 19. *AL-HIKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Budaya*, 11(1), 45–53.
- Herman, M. (2011). *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Indriani, D. (2018). *Pengantar Sosiolog Pasar*. Pranamedia Group.
- Istifhama, L. (2017). Strategi Bertahan Dan Modal Sosial Pedagang Pasar Tradisional Swasta Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Syaikhuna: Jurnal Pendidikan Dan Pranata Islam*, 8(2), 217–239.
- Johar, R., & Hanum, L. (2016). *Strategi belajar mengajar*. Deepublish.
- Kayupa, O. O. (2015). Dampak Sebelum dan Sesudah Pembangunan Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA) Terhadap Kondisi Sosial dan Ekonomi Masyarakat di Desa Sulewana Kecamatan Pamona Utara Kabupaten Poso. *Katalogis*, 3(11).
- KBBI. (2020). *KBBI Daring*. www.kbbi.kemdikbud.go.id.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Strategi>
- Komara, B. D., & Prasetya, A. (2019). Konstruksi Sosial pada Pedagang Tradisional dalam Menghadapi Era Kompetisi Perdagangan Bebas. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 2(1), 1–8.
- KOMINFO. (2020). *Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung UMKM untuk menggerakkan ekonomi*.
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/30581/kebijakan-pemerintah-dukung-umkm-untuk-menggerakkan-ekonomi/0/berita>.
- Kompas.tv. (2020). *Cegah Sebaran Covid-19 Pedagang Pasar Terapkan Physical Distancing*. www.kompas.tv. <https://www.kompas.tv/article/79973/cegah-sebaran-covid-19-pedagang-pasar-terapkan-physical-distancing>
- Kurniawansyah, H., Amrullah, A., Salahuddin, M., Muslim, M., & Nurhidayati, S. (2020). Konsep Kebijakan Strategis dalam Menangani Eksternalitas Ekonomi dari COVID-19 pada Masyarakat Rentan di Indonesia. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 130–139.
- Kushadiyanto, D. (2006). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Keberhasilan Pedagang Handphone di Kota Solo (Studi Kasus Pedagang Handphone di Kota Solo)*. UNS (Sebelas Maret University).
- Muhajirin, M., & Maya, P. (2017). *Pendekatan Praktis: Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Idea Press.

- Nugroho, A. E. (2020). *Survei Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Ekonomi Rumah Tangga Indonesia*. Www.Lipi.Go.Id.
<http://lipi.go.id/siaranpress/survei-dampak-pandemi-covid-19-terhadap-ekonomi-rumah-tangga-indonesia/22123>
- Octaviani, I. (2020). Strategi Adaptasi Pedagang Tradisional Saat Pandemi Covid-19. *Edukasi IPS*, 4(2), 18–28.
- Pohan, S. (2015). *Persepsi pedagang kecil di pasar Inpres Sadabuan terhadap produk arrum (studi kasus pada Pegadaian Syariah Unit Sadabuan)*. IAIN Padangsidempuan.
- Pratama, R., & Sahnun, M. (2019). Analisis Ketimpangan Distribusi Pendapatan Pedagang di kecamatan Tanjung Morawa Deli Serdang. *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Kebijakan Publik)*, 1(1).
- Purbawati, C., Hidayah, L. N., & Markhamah, M. (2020). Dampak Social Distancing Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Pasar Tradisional Kartasura Pada Era Pandemi Korona. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hummanioramania*, 4(2), 156–164.
- Purwaningsih, E. S. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Wanita di Sektor Informal. *Jurnal Optimal*, 13(2), 71–90.
- Purwanti, E. (2013). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(1).
- Rahardjo, W. (2007). Kebahagiaan sebagai Suatu Proses Pembelajaran. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 12(2), 127–137.
- Rizki, M. A. (2018). *Strategi Tukang Becak dalam Pemenuhan Kebutuhan Hidup keluarga*. Universitas Lampung.
- Rohmah, A. (2020). Pandemi covid-19 dan dampaknya terhadap perilaku konsumen di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1373–1378.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish.
- Satgas COVID-19. (2020). *Data Sebaran*. Www.Covid19.Go.Id.
<https://covid19.go.id/>
- 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*, 2(2), 37–48.
- Sodik, M. A. (2015). *Status Sosial Ekonomi dan Kesehatan*.

- Soetjipto, N. (2020). *Ketahanan UMKM Jawa Timur melintasi pandemi covid-19*. K-Media.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syachroni, S. H., Iskandar, S., & Deris, M. (2019). Kontribusi Tanaman Sub Sektor Kehutanan Terhadap Pendapatan Masyarakat di Desa Pematang Kasih Kecamatan Pematang Panggang Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) Provinsi Sumatera Selatan. *Sylva: Jurnal Ilmu-Ilmu Kehutanan*, 8(1), 30–37.
- Tambunan, T. (2020). *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*. PT Penerbit IPB Press.
- Walidin, W., & Idris, S. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. FTK Ar-Raniry Press.
- Yunita, M., & Waruwu, K. (2019). Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Loyalitas Konsumen pada Pasar Tradisional Studi Kasus (Pasar Kampung Lalang Kecamatan medan, Sunggal). *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 4(3).
- Yunus, N. R., & Rezki, A. (2020). Kebijakan Pemberlakuan Lock Down sebagai Antisipasi Penyebaran Corona Virus Covid-19. *Salam: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(3), 227–238.
- Yusuf, I. (2019). *Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Sanggam Adji Dilayas Kabupaten Berau*. 7(2), 195–205.
- Zaini, M. (2016). *Strategi bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Summersari*. Universitas Jember.