

**DAMPAK PANDEMI COVID – 19 TERHADAP PEMBELIAN DAGING
AYAM RAS PEDAGING OLEH KONSUMEN RUMAH TANGGA
DAN PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR TUGU
KOTA BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

Lesna Debora Oktavianti Nainggolan

1814131007



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022**

ABSTRACT

THE IMPACT OF COVID-19 PANDEMIC ON THE PURCHASE OF MEAT BY HOUSEHOLD CONSUMERS AND THE INCOME SELLERS AT TUGU MARKET BANDAR LAMPUNG CITY

By

Lesna Debora Oktavianti Nainggolan

This study aims to analyze pandemic affect on the purchase of chicken meat by household consumers, analyze pandemic effect on the cost structure of the broiler chicken meat seller, analyze pandemic effect on the income of the sellers, and factor that affect sellers income during Covid – 19. This research method used is a case study and the selection of research sites was carried out purposively. The research location in Tugu traditional market, Bandar Lampung city. Respondents in this research consisted of 18 broiler sellers and 54 household consumers. The data were collected on April 2022 – May 2022. The results showed that the amount of broiler meat purchased by consumers during the Covid-19 pandemic decreased by 7,98% and 85,00% of buyers continued to buy chicken at Tugu Market during the pandemic. The cost of broiler meat traders during the pandemic decreased by 49,74%. Based on the paired T-test, the total cost of traders before and during the pandemic has a difference with a 95,00% confidence level. The highest cost structure is the cost of raw materials, followed by labor costs, variable costs, market costs and depreciation costs. The income of chicken meat traders during the pandemic decreased by 56,40% and based on the paired T-test, the income before and during the pandemic had a difference with a 95,00% confidence level. Factors that affect the income of traders during the pandemic are workers with a 99,00% confidence level and working hours with a 95,00% confidence level.

Key Word : Chicken broiler, cost, consumers, pandemic Covid – 19, seller, buyer, income

ABSTRAK

DAMPAK PANDEMI COVID – 19 TERHADAP PEMBELIAN DAGING AYAM RAS PEDAGING OLEH KONSUMEN RUMAH TANGGA DAN PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR TUGU KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Lesna Debora Oktavianti Nainggolan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak pandemi Covid – 19 terhadap pembelian daging ayam ras pedaging oleh konsumen rumah tangga, menganalisis dampak pandemi Covid – 19 terhadap struktur biaya pedagang daging ayam ras pedaging, menganalisis dampak pandemi Covid – 19 terhadap pendapatan pedagang dan faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di masa pandemi Covid – 19. Penelitian ini dilakukan dengan metode studi kasus dengan lokasi penelitian dipilih secara sengaja yaitu Pasar Tugu Kota Bandar Lampung. Responden penelitian ini adalah 18 responden pedagang dan 54 responden pembeli. Pengumpulan data dilakukan April 2022 – Mei 2022. Hasil penelitian menunjukkan jumlah daging ayam ras pedaging yang dibeli konsumen pada masa pandemi Covid – 19 mengalami penurunan 7,98%. Biaya pedagang daging ayam ras pedaging semasa pandemi mengalami penurunan sebesar 49,74%. Berdasarkan uji T – berpasangan biaya total pedagang sebelum dan semasa pandemic memiliki perbedaan nyata dengan taraf kepercayaan 95,00%. Struktur biaya yang paling tinggi adalah biaya bahan baku, diikuti biaya tenaga kerja, biaya variabel, biaya pasar dan biaya penyusutan. Pendapatan pedagang daging ayam semasa pandemi mengalami penurunan 56,40% dan berdasarkan uji T – berpasangan, pendapatan sebelum dan semasa pandemi memiliki perbedaan nyata dengan taraf kepercayaan 95,00%. Faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang semasa pandemi adalah tenaga kerja dan jam kerja.

Kata Kunci : Ayam ras pedaging, biaya, konsumen, pandemi Covid – 19, pedagang, pembeli, pendapatan.

**DAMPAK PANDEMI COVID – 19 TERHADAP PEMBELIAN DAGING
AYAM RAS PEDAGING OLEH KONSUMEN RUMAH TANGGA
DAN PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR TUGU
KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

Lesna Debora Oktavianti Nainggolan

1814131007

Skripsi

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

Pada

**Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

Judul Skripsi : **DAMPAK PANDEMI COVID – 19 TERHADAP PEMBELIAN DAGING AYAM RAS PEDAGANG OLEH KONSUMEN RUMAH TANGGA DAN PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR TUGU KOTA BANDAR LAMPUNG**

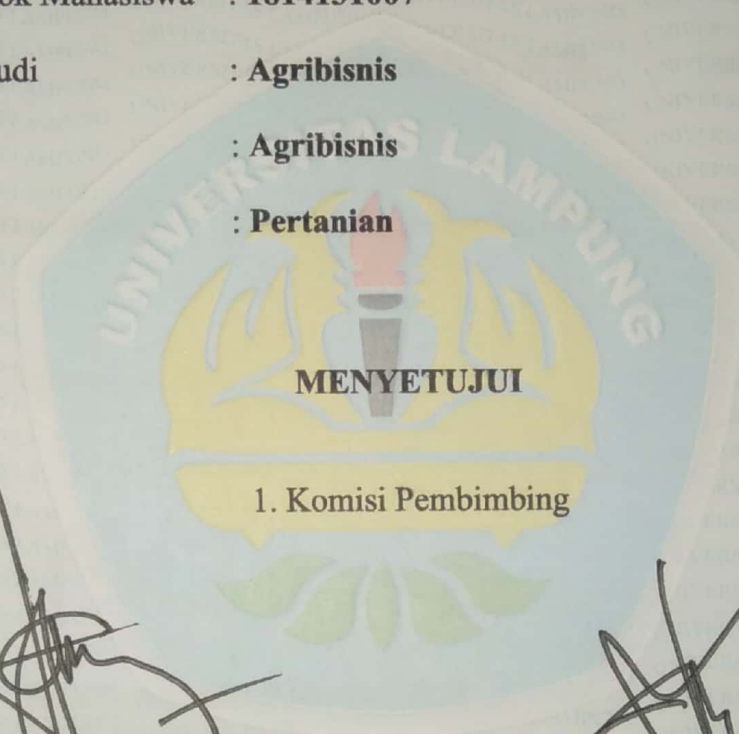
Nama Mahasiswa : **Lesna Debora Oktavianti Nainggolan**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1814131007**

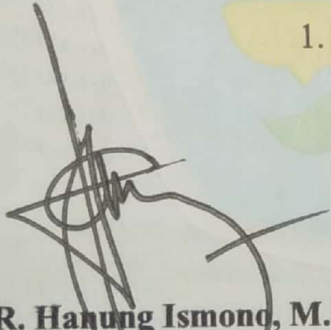
Program Studi : **Agribisnis**

Jurusan : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**

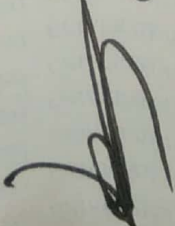


1. Komisi Pembimbing


Dr. Ir. R. Hanung Ismond, M.P.
NIP. 19620623 198603 1 003


Yuliana Saleh, S.P., M.Si.
NIP. 19880730 201504 2 002

2. Ketua Jurusan Agribisnis


Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M. Si.
NIP 19691003 199403 1 004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Ir. R. Hanung Ismono, M.P.**

Sekretaris : **Yuliana Saleh, S.P., M.Si.**

Penguji
Bukan Pembimbing : **Dr. Ir. Dwi Haryono, M.S.**

2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si
NIP. 19611020 198603 1 002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Oktober 2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lesna Debora Oktavianti Nainggolan
NPM : 1814131007
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Alamat : Jl. Kapt. F. Tendean, Kelurahan Kartini, Kecamatan Rantau
Utara, Kabupaten Labuhanbatu, Sumatera Utara.

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya jika tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 26 Oktober 2022



Lesna Debora Oktavianti Nainggolan
NPM 1814131007

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Tebing Tinggi pada 29 Oktober 1999, sebagai anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Sarles Sibatuara dan Ibu Anna Simbolon. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri Tiuh Balak Pasar, Kecamatan Baradatu, Kabupaten Way Kanan pada tahun 2012, pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Swasta Putri Cahaya di Kota Medan, Sumatera Utara pada tahun 2015 dan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 2 Rantau Utara, Rantauprapat pada tahun 2018. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2018 melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN).

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*Homestay*) selama 7 hari di Desa Paguyuban, Kecamatan Way Lima, Kabupaten Pesawaran pada tahun 2019. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mandiri Putra/Putri daerah di Kelurahan Kartini, Kecamatan Rantau Utara, Kota Rantauprapat, Sumatera Utara selama 40 hari pada tahun 2021. Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Umum (PU) di PT. Pabrik Roti Barokah Jaya *Bakery* Kota Rantauprapat pada tahun 2021.

Semasa kuliah, penulis mengikuti organisasi kemahasiswaan tingkat jurusan dan menjadi anggota aktif bidang I yaitu bidang akademik dan profesi di Himpunan Mahasiswa Agribisnis (HIMASEPERTA) Fakultas Pertanian Universitas Lampung periode 2018-2022.

SANWACANA

Puji syukur yang begitu besar penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus untuk penyertaannya di setiap proses yang terjadi di dalam hidup penulis, serta senantiasa memberikan berkat yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul "**DAMPAK PANDEMI COVID – 19 TERHADAP PEMBELIAN DAGING AYAM RAS PEDAGING OLEH KONSUMEN RUMAH TANGGA DAN PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR TUGU KOTA BANDAR LAMPUNG**". Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini mendapat bantuan, arahan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
3. Dr. Novi Rosanti, SP., MEP., selaku Kepala Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
4. Dr. Ir. R. Hanung Ismono, M. P., selaku Dosen Pembimbing Pertama dalam penyusunan skripsi, atas masukan dan bimbingannya kepada penulis.
5. Yuliana Saleh, S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua dalam penyusunan skripsi ini, atas masukan dan bimbingannya kepada penulis.
6. Dr. Ir. Dwi Haryono, MS., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran, arahan dan bimbingan dalam penyempurnaan skripsi kepada penulis.
7. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S., selaku Dosen Pembimbing Akademik, atas bimbingan dan bantuannya kepada penulis.

8. Keluargaku tersayang, kedua orangtuaku Bapak Sarles Sibatuara dan Ibu Anna Simbolon yang telah membesarkan penulis dengan penuh cinta dan kesabaran. Sabar mendengar setiap cerita borunya dalam menghadapi skripsi, sabar menunggu borunya mencapai gelar S1. Kedua adikku tersayang Sabar Yosue Steiner Nainggolan dan Mario Boristua Nainggolan yang terus menyemangati kakaknya dalam menyelesaikan skripsi.
9. Seluruh dosen Jurusan Agribisnis atas semua bantuan yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswi di Universitas Lampung.
10. Seluruh karyawan di Jurusan Agribisnis (Mba Iin, Lucky, Mas Boim, dan Mas Bukhari) atas semua bantuan yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswi di Universitas Lampung.
11. Para pedagang daging ayam ras pedaging, pembeli daging ayam ras pedaging, dan UPT Pasar Tugu di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung yang telah memberikan kesempatan untuk diwawancarai dan bantuan kepada penulis selama melakukan penelitian.
12. Teman terdekat penulis Naurah, Vinni, Gita, Yohana, Dwi, Olip, Widia, yang telah memberi bantuan, menghibur, dan memberi dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman seperbimbingan Winny dan Olif, yang telah berjuang bersama dan memberikan semangat bagi penulis.
14. Teman-teman terdekat Evsus, Bang Nick atas dukungan dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis.
15. Keluarga besar dan semua orang yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah berusaha untuk membantu dan memberikan semangat kepada penulis untuk berjuang mengerjakan skripsi ini.
16. Teman-teman seperjuangan Agribisnis angkatan 2018 yang telah kebersamai penulis dalam melaksanakan perkuliahan dari awal menjadi mahasiwa baru.
17. Abang-abang dan mbak-mbak Jurusan Agribisnis atas bantuan dan saran serta dukungan yang telah diberikan.
18. Almamater tercinta dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yesus membalas semua kebaikan seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, akan tetapi semoga skripsi yang sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi banyak pihak di masa yang akan datang.

Bandar Lampung, 26 Oktober 2022

Penulis,

Lesna Debora Oktavianti Nainggolan

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	v
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	10
II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	11
A. Tinjauan Pustaka.....	11
1. Pandemi Covid – 19.....	11
2. Pasar.....	14
3. Pedagang.....	18
4. Struktur Biaya.....	20
5. Pendapatan.....	23
6. Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang.....	27
7. Penelitian Terdahulu.....	29
B. Kerangka Berpikir.....	37
C. Hipotesis Penelitian.....	40
III. METODE PENELITIAN	42
A. Konsep Dasar dan Definisi Operasional.....	42
B. Metode Penelitian.....	44
C. Lokasi, Responden dan Waktu Penelitian.....	45
D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	46
E. Metode Analisis Data.....	47
1. Perbedaan Pembelian Daging Ayam Ras Pedagang Sebelum Pandemi dan Selama Pandemi Covid – 19.....	47
2. Analisis Struktur Biaya.....	48
3. Analisis Pendapatan.....	49

4. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Daging Ayam Ras Pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung di Masa Pandemi Covid – 19.....	50
5. Uji <i>T – Test</i> Berpasangan.....	54
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	56
A. Keadaan Umum Kota Bandar Lampung.....	56
1. Keadaan Umum	56
2. Geografi	56
3. Topografi.....	57
B. Keadaan Umum Pasar Tradisional Tugu.....	58
1. Gambaran Umum.....	58
2. Letak Geografis.....	60
3. Struktur Organisasi	60
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Karakteristik Responden.....	62
1. Karakteristik Pedagang Daging Ayam Ras Pedaging di Pasar Tradisional Tugu Kota Bandar Lampung.	62
2. Karakteristik Pembeli Daging Ayam Ras Pedaging di Pasar Tradisional Tugu Kota Bandar Lampung.	65
B. Dampak Pandemi Terhadap Pembeli Daging Ayam Ras Pedaging di Pasar Tugu.....	68
1. Volume Pembelian Daging Ayam Ras Pedaging Oleh Konsumen	69
2. Lokasi Pembelian Daging Ayam Ras Pedaging oleh Konsumen	70
C. Pengadaan Bahan Baku Ayam <i>Broiler</i>	71
D. Proses Produksi.....	72
1. Penyembelihan Ayam	73
2. Pencabutan Bulu Ayam.....	73
3. Membersihkan Bagian Dalam Ayam.....	75
E. Pemasaran.....	76
F. Analisis Keuntungan Pedagang Daging Ayam Ras Pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung Sebelum dan Semasa Pandemi Covid – 19.....	76
1. Biaya	76
2. Penerimaan.....	88
3. Pendapatan Pedagang.....	90
G. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Daging Ayam Ras Pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung Semasa Pandemi Covid – 19.	91
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Produksi daging ayam ras pedaging di Indonesia 2018 – 2020.....	3
2. Pasar tradisional di Kota Bandar Lampung	5
3. Pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung	8
4. Penelitian Terdahulu	31
5. Usia dan jenis kelamin pedagang daging ayam di Pasar Tugu.	63
6. Jenis usaha dan lama usaha pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu.	64
7. Umur dan jenis kelamin pembeli daging ayam ras pedaging.	65
8. Pendidikan pembeli daging ayam ras pedaging.	66
9. Pekerjaan pembeli daging ayam ras pedaging.	67
10. Pendapatan pembeli daging ayam.....	68
11. Volume pembelian daging ayam oleh konsumen rumah tangga sebelum dan semasa pandemi.	69
12. Teknik pencabutan bulu ayam oleh pedagang.	74
13. Biaya bahan baku sebelum dan semasa pandemi Covid-19.....	77
14. Rata – rata penggunaan tenaga (HOK) oleh pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu sebelum pandemi dan semasa pandemi Covid – 19..	78
15. Biaya penyusutan sebelum pandemi dan semasa pandemi Covid – 19.	80
16. Biaya pasar sebelum pandemi dan semasa pandemi Covid - 19.....	82
17. Biaya variabel sebelum pandemi dan semasa pandemi Covid - 19.	82
18. Struktur biaya pedagang daging ayam sebelum pandemi dan semasa pandemi Covid – 19.....	84
19. Penerimaan pedagang daging ayam sebelum dan semasa pandemi Covid - 19.	89

20. Pendapatan pedagang daging ayam ras pedaging sebelum pandemi dan semasa pandemi Covid - 19.....	90
21. Hasil analisis regresi berganda.....	92
22. Identitas responden pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu.	107
23. Identitas responden pembeli daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu.....	108
24. Bahan baku langsung pedagang daging ayam sebelum dan semasa pandemi Covid - 19.	110
25. Biaya tenaga kerja Sebelum pandemi	111
26. Biaya tenaga kerja semasa pandemi.....	115
27. Penyusutan sebelum dan semasa pandemi Covid - 19.....	119
28. Biaya pasar sebelum dan semasa pandemi Covid - 19.	123
29. Biaya variabel pedagang.sebelum pandemi Covid – 19.	124
30. Biaya variabel pedagang semasa pandemi Covid – 19.....	125
31. Total biaya pedagang sebelum dan semasa pandemi Covid - 19.....	126
32. Penerimaan pedagang sebelum dan semasa pandemi Covid - 19.....	127
33. Pendapatan pedagang sebelum dan semasa pandemi Covid - 19.	128
34. Volume beli konsumen sebelum dan semasa pandemi Covid - 19.....	129
35. Lokasi pembelian daging ayam ras pedaging oleh konsumen di Pasar Tugu sebelum pandemi dan semasa pandemi Covid - 19.	131
36. Data siap uji.....	133
37. Uji T - Tes berpasangan biaya penjualan sebelum dan semasa pandemi covid - 19.	134
38. Uji T - Tes berpasangan pendapatan pedagang sebelum dan semasa pandemi covid - 19.	135
39. Data uji regresi dan multikolinieritas.....	136
40. Uji heteroskedastisitas.....	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Pertumbuhan PDB beberapa lapangan usaha tahun 2018 - 2020.	2
2. Kerangka pemikiran dampak pandemi Covid – 19 terhadap pembelian daging ayam ras pedaging oleh konsumen dan pendapatan pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung	39
3. Peta Kota Bandar Lampung.	57
4. Pasar Tugu Kota Bandar Lampung	59
5. Peta lokasi Pasar Tugu	60
6. Struktur organisasi Pasar Tugu.	61
7. Lokasi pembelian daging ayam ras pedaging sebelum dan semasa pandemi Covid - 19.	71

I. PENDAHULUAN

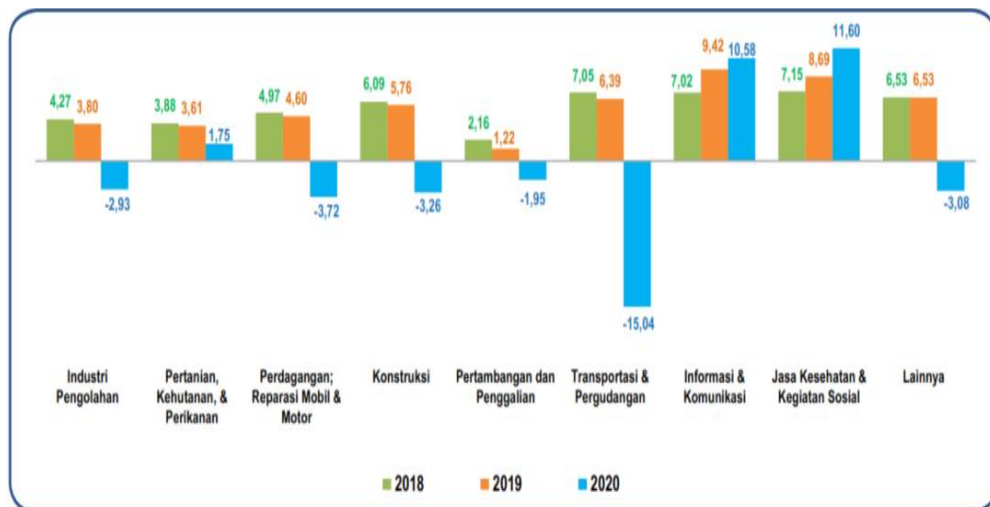
A. Latar Belakang

Pandemi Covid – 19 muncul pertama kali di negara China, tepatnya Kota Wuhan pada akhir tahun 2019. Virus ini muncul pada hewan kelelawar yang dijual di pasar hewan Kota Wuhan. Virus ini menjadi perhatian dunia, karena penyebarannya yang sangat cepat melalui sentuhan maupun udara. Gejala yang ditimbulkan jika terinfeksi virus ini sangat beragam, seperti gangguan indra penciuman, kesulitan bernafas hingga kematian tergantung kondisi tubuh yang terpapar. Untuk menekan laju penyebaran Covid – 19 ini, banyak negara di seluruh dunia melakukan pembatasan mobilitas manusia di tempat umum serta penutupan pintu masuk antar negara, termasuk Indonesia yang melakukan berbagai upaya pencegahan Covid – 19 ini.

Covid – 19 muncul di Indonesia pada bulan Maret 2020. Untuk mencegah penyebaran Covid – 19, pemerintah menetapkan regulasi yang mewajibkan seluruh masyarakat tidak berkumpul. Bahkan hingga akhir tahun 2021, Indonesia masih berjuang untuk menanggulangi pandemi ini. Banyak upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk mencegah penyebarannya, mulai dari pelarangan berkumpul atau membuat keramaian, *work from home* (WFH), pembatasan sosial berskala besar, dan yang terakhir adalah pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). Regulasi yang dibuat pemerintah ini sangat berdampak pada kegiatan ekonomi masyarakat Indonesia (Aditia, 2021).

Kegiatan ekonomi masyarakat menjadi terganggu, karena adanya pengurangan mobilitas manusia yang berkurang dalam waktu yang bersamaan, sehingga

permintaan akan suatu produk ekonomi berkurang cukup drastis. Berkurangnya permintaan ini membuat pelaku penyedia barang atau jasa ekonomi mengurangi produknya. Pengurangan ini membuat pelaku usaha mengalami penurunan pendapatan atau mengalami kebangkrutan. Hampir seluruh lapangan usaha di Indonesia mengalami penurunan. Sektor PDB pertanian dari tahun 2018 – 2020 mengalami penurunan, khususnya tahun 2019 – 2020 mengalami penurunan yang cukup drastis. PDB sektor pertanian masih berada di angka positif, karena pertanian merupakan salah satu lapangan usaha yang menjadi sumber kehidupan sehari – hari. Pertumbuhan PDB beberapa lapangan usaha dari tahun 2018 – 2020 dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pertumbuhan PDB beberapa lapangan usaha tahun 2018 - 2020.
Sumber: BPS, 2021

Sektor pertanian di Indonesia yang mengalami penurunan produksi, salah satunya adalah komoditas daging ayam ras pedaging. Produksi daging ayam ras pedaging di Indonesia pada tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami penurunan yang signifikan. Pertumbuhan produksi daging ayam ras pedaging di Indonesia 2018 – 2020 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi daging ayam ras pedaging di Indonesia 2018 – 2020.

Provinsi	Produksi Daging Ayam Ras Pedaging menurut Provinsi (Ton)		
	2018	2019	2020
Aceh	18.278,78	36.748,34	34.437,67
Sumatera Utara	189.271,38	151.595,60	142.063,55
Sumatera Barat	71.105,60	63.834,60	59.820,80
Riau	90.942,85	106.817,03	100.100,57
Jambi	57.161,97	40.212,04	37.683,59
Sumatera Selatan	114.469,73	95.852,67	89.825,64
Bengkulu	7.106,74	9.490,58	8.893,83
Lampung	87.112,35	99.773,39	93.499,82
Kepulauan Bangka Belitung	23.430,59	21.949,59	20.569,44
Kepulauan Riau	20.656,44	26.296,67	24.643,18
DKI Jakarta	7.279,69	0,00	0,00
Jawa Barat	824.405,26	894.386,29	838.148,94
Jawa Tengah	543.754,32	681.384,13	638.539,96
DI Yogyakarta	26.483,88	56.504,35	52.951,46
Jawa Timur	480.309,46	506.731,16	474.868,84
Banten	285.064,79	221.341,53	207.423,98
Bali	110.328,92	85.430,75	80.059,02
Nusa Tenggara Barat	29.477,84	33.869,52	31.739,87
Nusa Tenggara Timur	11.903,81	20.806,62	19.498,34
Kalimantan Barat	62.122,35	59.066,12	55.352,15
Kalimantan Tengah	27.681,36	24.223,24	22.700,13
Kalimantan Selatan	90.581,13	86.120,96	80.705,84
Kalimantan Timur	72.515,81	46.755,78	43.815,86
Kalimantan Utara	995,06	5.162,06	4.837,48
Sulawesi Utara	13.150,23	10.818,88	10.138,61
Sulawesi Tengah	8.745,14	6.086,68	5.703,96
Sulawesi Selatan	110.827,08	84.171,13	78.878,60
Sulawesi Tenggara	4.544,63	4.184,41	3.921,30
Gorontalo	2.901,92	3.748,38	3.512,69
Sulawesi Barat	7.389,20	2.647,47	2.481,00
Maluku	289,00	746,26	699,33
Maluku Utara	123,40	139,45	130,68
Papua Barat	678,60	1.103,73	1.034,32
Papua	8468,69	7.091,12	6.645,25
Indonesia	3.409.558,00	3.495.090,53	3.275.325,72

Sumber: BPS, 2020.

Penurunan tersebut akibat dari adanya dampak dari pandemi Covid – 19. Masyarakat yang berpendapatan golongan menengah sampai golongan bawah menganggap bahwa komoditas daging merupakan salah satu komoditi yang mewah. Adanya pandemi yang membuat pendapatan mereka semakin menurun, sehingga menyebabkan masyarakat enggan untuk membeli atau mengurangi konsumsi daging ayam.

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang mengalami penurunan produksi daging ayam ras pedaging pada tahun 2020. Penurunan ini disebabkan oleh kurangnya permintaan daging ayam ras pedaging di pasaran, karena adanya dampak dari pandemi Covid – 19. Penurunan permintaan terjadi, karena banyak konsumen rumah tangga yang tidak membeli daging ayam ras pedaging dengan alasan pendapatan mereka yang semakin menurun akibat adanya pandemi ini. Selain dari rumah tangga, para pedagang juga kehilangan pembeli, seperti rumah makan atau warung makan, hotel dan kafe yang menggunakan produk pertanian sebagai salah satu menu di usaha warung makan mereka. Banyak usaha rumah makan yang gulung tikar, hal ini dikarenakan mereka kehilangan pembelinya. Kafe, restoran, dan hotel juga terkena dampak dari pandemi ini melalui regulasi yang dikeluarkan pemerintah untuk mengurangi jumlah pengunjung yang datang dalam satu waktu yang bersamaan.

Pasar merupakan tempat bertemunya pembeli dan penjual (Indrawati dan Yovita, 2014). Pasar tradisional di Kota Bandar Lampung cukup banyak dan tersebar. Pasar tradisional yang terdapat di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Pasar tradisional di Kota Bandar Lampung

No	Nama Pasar	Alamat
1.	Pasar Cimeng	Jl. K. H. Hasyim Asyhari, Kel. Talang, Kec. Teluk Betung Selatan.
2.	Pasar Way Halim	Jl. Rajabasa Raya, Kel. Way Halim, Kec. Kedaton.
3.	Pasar Gintung	Jl. Pisang, Kel. Pasir Gintung, Kec. Tanjung Karang Pusat.
4.	Pasar SMEP	Jl. Tamin, Kel. Kelapa Tiga, Kec. Teluk Betung Pusat.
5.	Pasar Tamin	Jl. Tamin. Kel. Kelapa Tiga, Kec. Teluk Betung Pusat.
6.	Pasar Bambu Kuning Plaza	Jl. Imam Bonjol, Kel. Kelapa Tiga, Kec. Tanjung Karang Pusat.
7.	Pasar Kangkung dan Kliwon	Jl. Ikan Pari, Kel. Kangkung, Kec. Teluk Betung Selatan.
8.	Pasar Tugu	Jl. Hayam Wuruk, Kel. Kampung Sawah, Kec. Tanjung Karang Timur.
9.	Pasar Baru Panjang	Jl. Yos Sudarso, Kecamatan Panjang.

Sumber: Dinas Perdagangan Kota Bandar Lampung, 2022.

Pasar Tugu merupakan salah satu pasar tradisional yang ada di Kota Bandar Lampung. Pasar Tugu terletak di tengah Kota Bandar Lampung membuat pasar ini banyak dipilih oleh banyak orang untuk membeli barang – barang yang dibutuhkan. Lokasi Pasar Tugu juga mudah diakses dengan kendaraan yang memudahkan para konsumen. Pasar ini memiliki luas sekitar 7.000 meter² dengan 800an tempat untuk berjualan yang disediakan oleh pihak pasar, belum termasuk pedagang kaki lima yang berjualan. Pandemi Covid – 19 memberikan dampak bagi para pedagang di Pasar Tugu, hal ini karena regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah untuk menekan laju penyebaran Covid – 19.

Pasar Tugu merupakan salah satu pasar tradisional yang banyak didatangi oleh masyarakat Kota Bandar Lampung untuk berbelanja, karena produk yang ditawarkan sangat beragam, harganya yang relatif murah dan dapat ditawar. Pasar tradisional ini membantu konsumen yang ingin membeli suatu barang tanpa harus datang ke tempat produksinya. Namun di masa pandemi ini, para pedagang di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung terdampak pandemi Covid – 19. Banyak pedagang yang mengalami penurunan pendapatan, karena

banyaknya pembeli baik dari rumah tangga maupun dari pelaku usaha kecil yang tidak membeli daging ayam ras pedaging lagi.

Penurunan jumlah pembeli yang membeli daging ayam ras pedaging atau *broiler* di pasar tradisional disebabkan oleh konsumen daging ayam ras pedaging yang lebih memilih untuk membeli daging ayam di pasar *modern* atau melalui *online*. Konsumen lebih memilih untuk membeli barang yang mereka butuhkan secara *online* untuk menghindari kontak dengan orang lain. Berkurangnya kontak fisik atau berada di tempat keramaian dapat mengurangi penularan virus Covid – 19 ini. Berdasarkan hasil penelitian Cholilawati dan Suliyanthini (2021), telah terjadi perubahan perilaku masyarakat sebelum dan sesudah pandemi. Setelah pandemi, aktivitas masyarakat dalam membeli produk maupun jasa lebih sedikit dibandingkan dari sebelum pandemi. Masyarakat yang sebelumnya membeli sesuatu dengan cara membeli langsung ke pasar, saat masa pandemi lebih memilih untuk membeli secara *online*. Untuk memenuhi kebutuhan mereka sehari – hari, seperti obat – obatan, perawatan, kebersihan, kesehatan, dan sembako masyarakat memilih secara *online*.

B. Rumusan Masalah

Pasar tradisional di Kota Bandar Lampung seperti Pasar Tugu juga mengalami dampak dari adanya pandemi Covid – 19 ini. Pandemi Covid – 19 yang menyebar mengakibatkan pemerintah harus mengeluarkan regulasi yang dapat menekan laju penyebaran Covid – 19. Pada awal kemunculan Covid – 19, pemerintah mengeluarkan regulasi yang mengharuskan pedagang di pasar hanya dapat berjualan 50% saja dan menghimbau seluruh masyarakat untuk tidak keluar rumah, jika tidak memiliki kebutuhan yang sangat mendesak.

Saat pandemi, masyarakat mengalami kepanikan yang luar biasa dan takut tertular virus Corona ini, sehingga membatasi diri untuk tidak keluar rumah atau berada di kerumunan seperti pasar tradisional. Konsumen lebih memilih untuk membeli kebutuhannya melalui media *online*, karena minim kontak

langsung dengan orang lain. Selain melalui media *online*, ada juga konsumen yang memilih untuk berbelanja di pasar modern atau toko yang menyediakan jasa pesan antar. Konsumen lebih memilih untuk berbelanja pada toko atau pasar modern yang menyediakan jasa pesan antar, walaupun harus membayar sedikit lebih mahal, karena dengan cara ini tidak banyak kontak langsung yang akan terjadi, sehingga konsumen akan merasa lebih aman dan nyaman. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu dilakukan analisis mengenai bagaimana pembelian daging ayam ras pedaging sebelum dan semasa masa pandemi di Pasar Tugu.

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan pada tanggal 4 Januari 2022 dan 5 Februari 2022, pandemi ini memberikan dampak kepada para pedagang daging ayam ras pedaging. Hasil pra – survei dilakukan wawancara dengan 21 pedagang daging ayam ras pedaging dengan 4 pedagang kios dan 17 pedagang kaki lima. Dari ke 21 pedagang, terdapat 3 orang yang baru berjualan dari tahun 2020. Para pedagang mengalami penurunan jumlah ayam yang dijual, penurunan volume daging ayam ras pedaging yang dijual hingga 41,34%. Sepinya pembeli yang membeli daging ayam di Pasar Tugu membuat para pedagang tutup lebih lama dari yang awalnya tutup pukul 09.00 WIB menjadi pukul 12.00 WIB. Hal ini dikarenakan semakin sulit untuk menjual daging ayam kepada konsumen, sehingga daging yang dijual oleh pedagang terkadang tidak habis terjual seluruhnya. Dari permasalahan tersebut, maka volume penjualan daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu mengalami perubahan, adanya perubahan volume daging ayam ras pedaging yang dijual juga berdampak pada perubahan pendapatan yang diterima oleh pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung. Pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung

No	Nama	Lama berjualan (Tahun)	Banyak ayam sebelum pandemi (Kg/bulan)	Banyak ayam semasa pandemi (Kg/bulan)	Jenis jualan
1.	Eka	25	2.400	1.500	PKL
2.	Roswati	22	2.100	1.350	PKL
3.	Rutiyah	30	1.500	900	PKL
4.	Sayuti	25	1.800	1.500	PKL
5.	Edi	5	3.000	2.400	PKL
6.	Adi	40	3.000	900	PKL
7.	Siswoyo	11	1.500	600	PKL
8.	Rudi	5	3.000	1.800	PKL
9.	Harti	21	2.250	1.500	PKL
10.	Hendra	35	900	720	PKL
11.	Dewi	8	1.500	750	PKL
12.	Lis	10	1.500	900	PKL
13.	Sumarni	4	2.400	1.050	PKL
14.	Suprapti	18	4.500	1.200	PKL
15.	Nawi	18	3.000	1.500	Kios
16.	Yana dan Nico	35	15.000	5.100	Kios
17.	Eko	20	2.100	1.200	Kios
18.	Samuji	30	4.500	1.500	Kios
19.	Yuda	2	0	1.200	PKL
20.	Iqbal	1	0	3.000	PKL
21.	Nurasiah	2	0	2.250	PKL
Rata – rata		17	2.664	1.562	

Masalah selanjutnya yang akan dianalisis adalah penerimaan dan pendapatan yang diterima oleh pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu sebelum masa pandemi dan semasa pandemi. Berkurangnya konsumen yang membeli daging ayam ras pedaging membuat pedagang mengalami penurunan penerimaan dan pendapatan. Walaupun dimasa pandemi ini, pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu harus tetap membayar biaya operasional pasar yang terdiri dari biaya keamanan sebesar Rp45.000,00/bulan dan biaya salar untuk tiga orang sebesar Rp6.000,00/hari, biaya listrik, biaya pembelian plastik untuk membungkus daging ayam, biaya pembelian daging ayam dari broker. Biaya – biaya tersebut dikeluarkan oleh para pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu secara rutin, walaupun jumlah penjualan mereka

mengalami penurunan yang cukup drastis akibat dari pandemi ini. Oleh karena itu, biaya yang dikeluarkan, penerimaan, dan pendapatan daging ayam ras pedaging menjadi masalah selanjutnya yang akan dianalisis. Setelah itu dilakukan analisis untuk mengetahui apakah volume penjual, biaya penjualan, volume pembelian oleh konsumen di masa pandemi Covid – 19 berpengaruh atau tidak terhadap pendapatan pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung.

Berdasarkan uraian dari masalah – masalah yang mungkin dihadapi oleh pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung, maka terdapat permasalahan yang akan dianalisis dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah ada dampak pandemi Covid – 19 terhadap pembelian daging ayam ras pedaging oleh konsumen di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung?
2. Apakah ada dampak pandemi Covid – 19 terhadap struktur biaya pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung?
3. Apakah ada dampak pandemi Covid – 19 terhadap pendapatan pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung?
4. Apakah faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang daging ayam ras pedaging semasa pandemi Covid – 19 di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dampak pandemi Covid – 19 terhadap pembelian daging ayam ras pedaging oleh konsumen di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung.
2. Menganalisis dampak pandemi Covid – 19 terhadap struktur biaya pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung.
3. Menganalisis dampak pandemi Covid – 19 terhadap pendapatan pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung.
4. Menganalisis faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang daging ayam ras pedaging semasa pandemi di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah Kota Bandar Lampung diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan regulasi yang tepat dalam menghadapi pandemi Covid – 19 ini, terutama bagi pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung.
2. Bagi peneliti lain, sebagai referensi yang ingin melakukan penelitian terkait dampak pandemi terhadap pedagang daging ayam di pasar tradisional.
3. Bagi pedagang daging ayam di pasar tradisional yang terdampak pandemi Covid – 19, diharapkan menjadi bahan informasi penjualan daging ayam ras pedaging dan volume jual daging ayam ras pedaging.

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Pandemi Covid – 19

Pada tahun 1930-an virus Corona sudah mulai diketahui, virus ini dapat ditemukan pada hewan. Virus ini terus menerus mengalami mutasi menjadi beberapa golongan. Pada tahun 2002, virus ini bermutasi dan dikenal dengan penyakit SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*). Tahun 2012, di wilayah Timur Tengah terkhusus negara Arab Saudi muncul mutasi baru dari virus ini yaitu penyakit MERS (*Middle East Respiratory Syndrome*). Pada akhir tahun 2019, virus Corona berkembang di Kota Wuhan yang terletak di Negara China yang mengakibatkan masyarakat menderita radang paru – paru. Kejadian ini menjadikan wilayah Wuhan ditutup untuk sementara, agar tidak menyebarkan virus ini semakin luas lagi (Sutaryo, dkk., 2020).

Penyebaran virus yang sangat cepat ini membuat WHO (*World Health Organization*) mengumumkan bahwa virus yang menyebabkan radang paru - paru menjadi pandemi. *World Helth Organization* juga menetapkan nama virus ini yaitu SARS–CoV–2 (*Sever Acute Respiratory Coronavirus – 2*). Penetapan kejadian virus Corona ini menjadi sebuah pandemi oleh WHO, dikarenakan penyebaran virus yang sangat cepat. Penyebaran virus dari orang yang terinfeksi virus kepada orang sehat dapat terjadi melalui tiga cara yaitu:

a. *Droplet*

Droplet adalah percikan air liur atau lendir yang berasal dari mulut atau hidung yang akan keluar pada saat orang yang terinfeksi virus berbicara, bersin atau batuk. Ketika batuk, bersin atau berbicara percikan air akan terlempar keluar tubuh, sehingga akan mengenai orang yang menjadi lawan bicara kita ataupun terkena permukaan benda yang dapat disentuh oleh orang lain.

b. Kontak erat dengan orang yang terinfeksi

Penularan virus dapat terjadi jika orang yang sehat berinteraksi dengan jarak kurang dari satu meter seperti duduk bersebelahan atau berhadapan, berjabat tangan, berkerumun di pesta atau kegiatan keagamaan.

c. Kontak dengan permukaan atau benda yang terkontaminasi oleh virus, Penyebaran virus dapat terjadi jika orang yang sehat menyentuh benda yang telah terkontaminasi virus ini. Virus ini dapat mengontaminasi benda di sekitar jika *droplet* orang yang sakit terkena pada permukaan suatu benda, misal *handle* pintu, pegangan tangga, ataupun permukaan benda yang ada di tempat umum (Sutaryo, dkk., 2020).

Orang yang terinfeksi virus ini memiliki gejala yang berbeda – beda. Hal ini membuat sebagian besar orang yang mempunyai virus di dalam tubuhnya tetap merasa sehat dan bertemu dengan orang lain, sehingga virus menyebar secara cepat. Terdapat tiga kemungkinan dampak dari orang yang terinfeksi virus ini, yaitu: (Sutaryo, dkk., 2020).

a. Tetap sehat

Seseorang yang memiliki daya tahan tubuh yang kuat, maka virus akan mudah dikalahkan oleh kekebalan tubuh yang dimilikinya. Anak muda atau orang yang memiliki daya tahan tubuh yang kuat biasanya lebih mampu untuk melawan virus ini, sehingga virus yang masuk ke dalam tubuhnya akan langsung dibunuh oleh sistem kekebalan yang dimiliki, sehingga mereka tetap sehat.

b. Terinfeksi virus tetapi masih sehat

Biasanya hal ini yang paling mudah menyebarkan virus kepada orang lain. Mereka tidak merasa sakit, tetapi terdapat virus pada orang lain. Orang – orang yang seperti ini biasanya disebut sebagai orang tanpa gejala (OTG). Orang tanpa gejala dapat terjadi, karena mereka sudah memiliki daya tubuh untuk melawan virus yang masuk, tetapi masih belum mampu untuk membunuh seluruh virus yang masuk ke dalam tubuh.

c. Positif virus Covid – 19

Orang – orang yang telah positif virus Covid adalah mereka yang memiliki kekebalan tubuh yang kurang baik untuk melawan virus. Orang yang paling mudah untuk positif virus Covid adalah orang tua atau orang yang memiliki penyakit pembawa, sehingga memiliki kekebalan tubuh yang rendah.

Berbagai usaha dalam menekan laju penularan virus corona ini, mulai dari upaya pemerintah yang mengeluarkan regulasi yang bertujuan mengurangi mobilitas manusia. Seperti yang diketahui, virus ini sangat mudah menyebar. Upaya yang dikeluarkan pemerintah adalah menutup pintu masuk negara, melakukan pembatasan mobilitas manusia dan menghimbau masyarakat untuk menjaga kesehatan. Tindakan yang dapat mencegah penularan virus Corona dalam masyarakat antara lain:

- a. Selalu mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir, jika tidak memungkinkan menggunakan sabun, maka dapat menggunakan *hand sanitizer* bila ingin makan, minum, ataupun menyentuh area wajah, bersentuhan dengan orang lain ataupun benda – benda di tempat umum.
- b. Usahakan untuk tidak menyentuh hidung, mulut, dan mata.
- c. Menjaga jarak dengan orang lain, karena *droplet* yang keluar dari tubuh akan terlempar sekitar 1 meter.
- d. Menggunakan masker, jika ingin keluar rumah ataupun bertemu orang lain.

- e. Menerapkan etika batuk dan bersin yang baik dengan cara menutup hidung menggunakan tisu ataupun dengan lengan bagian atas. Jangan menutup hidung menggunakan telapak tangan, karena telapak tangan akan menyentuh permukaan benda lain, sehingga virus yang menempel di telapak tangan akan melekat di permukaan benda yang disentuh.
- f. Usahakan untuk langsung mandi, jika kembali dari luar rumah dan pakaian yang digunakan untuk langsung dicuci, karena dari hasil penelitian virus Corona akan mati jika terkena sabun (Tim Kerja Kemendagri Untuk Dukungan Gugus Tugas Covid – 19, 2020).

2. Pasar

Pasar adalah suatu tempat yang dimana terjadi hubungan timbal balik antara pembeli dan penjual dengan kesepakatan yang telah disetujui bersama. Dalam hal ini adalah nilai yang akan dibayarkan oleh pembeli untuk dapat memperoleh suatu produk yang dapat dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan pembeli. Pasar diartikan sebagai wadah untuk bertemunya penjual dan pembeli untuk dapat melakukan transaksi, sebagai sarana interaksi sosial budaya masyarakat dan sebagai pengembangan ekonomi masyarakat (Permendagri, 2007). Sebuah pasar dapat terbentuk jika dapat memenuhi kriteria berikut:

- a. Terdapat penjual yang menawarkan produk/jasa.
- b. Terdapat pembeli yang membutuhkan suatu produk/jasa.
- c. Terdapat produk/jasa yang ditawarkan.
- d. Terdapat kesepakatan yang telah disepakati antara penjual dan pembeli dalam hal ini adalah harga (Wahyuningsih, dkk, 2020).

Pasar berdasarkan bentuk dibedakan menjadi dua jenis pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan pasar yang didirikan oleh pemerintah, koperasi, swasta atau swadaya masyarakat. Tempat usaha di pasar tradisional biasanya toko, los, kios, tenda, pedagang emperan, yang dikelola oleh pedagang kecil, menengah, dengan skala

usaha kecil hingga besar. Dalam proses pembeliannya, terjadi proses tawar menawar antara pedagang dan pembeli sampai terjadi kesepakatan yang sesuai. Bentuk pasar yang selanjutnya adalah pasar modern. Pasar modern adalah pasar yang dibentuk oleh pemerintah, swasta atau perorangan yang dikenal orang banyak dengan *Mall*, *Supermatket*, *Departemen Store*, *Shopping Centre*, dan *Mini Market*. Pasar modern tidak dapat melakukan tawar menawar, karena harga jual yang diberikan merupakan harga yang pasti. Pasar modern biasanya lebih mementingkan kenyamanan konsumen yang akan berbelanja (Permendagri, 2007).

Dalam sistem ekonomi, adanya pasar merupakan hal yang sangat penting. Menurut Soeratno (2003), fungsi pasar harus mengandung pertanyaan yang dapat dijawab oleh sistem ekonomi. Fungsi – fungsi pasar tersebut adalah:

a. Sebagai penentu harga

Suatu barang di dalam ekonomi pasar harus memiliki harga atau ukuran nilai barang. Saat permintaan suatu barang meningkat menunjukkan masyarakat membutuhkan barang tersebut lebih banyak lagi. Permintaan konsumen terhadap barang tersebut tidak dapat dipenuhi secara langsung oleh produsen, hal ini mengakibatkan harga barang mengalami kenaikan. Produsen akan berusaha untuk dapat memproduksi barang yang dibutuhkan oleh konsumen tersebut. Fungsi ini akan menjawab masalah *what*.

b. Untuk mengorganisasikan produksi

Metode produksi yang akan dipilih oleh perusahaan akan disesuaikan oleh harga barang yang berada di pasar. Fungsi ini akan menjawab masalah *how*.

c. Pasar mendistribusikan barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan kepada konsumen. Fungsi ini akan menjawab masalah *for whom*.

- d. Pasar melakukan penjatahan
Jumlah jasa atau barang yang akan dikonsumsi akan dibatasi oleh jumlah produk yang dihasilkan oleh produsen.
- e. Pasar akan menyediakan barang dan jasa untuk masa yang akan datang. Investasi dan tabungan yang terjadi di pasar merupakan usaha untuk memelihara sistem pasar dan memberikan kemajuan aktivitas ekonomi.

Struktur pasar dapat diartikan sebagai penggolongan produsen ke dalam beberapa bentuk pasar. Struktur pasar biasa digolongkan berdasarkan ciri – ciri seperti jumlah perusahaan, mudah tidaknya untuk keluar masuk pasar serta peranan promosi dalam kegiatan industri. Struktur pasar digolongkan menjadi dua yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar tidak bersaing sempurna (Putri, dkk., 2021).

a. Pasar persaingan sempurna

Pasar persaingan sempurna adalah struktur pasar yang ideal, karena memiliki sistem pasar yang menjamin kegiatan ekonomi barang dan jasa yang tinggi. Pasar persaingan sempurna dapat diartikan sebagai struktur pasar atau industri yang terdapat banyak penjual dan pembeli yang tidak dapat mempengaruhi keadaan pasar (Putri, dkk., 2021). Menurut Setyowati dalam Mursyid dan Lamtana (2020), ciri – ciri pasar persaingan sempurna terdiri dari beberapa hal, yaitu:

- 1) Memiliki banyak pedagang dan pembeli, pedagang dan pembeli dapat mempengaruhi harga suatu produk di pasar. Penjual dan pembeli pada pasar persaingan sempurna disebut sebagai *price taker* yang artinya apapun tindakan penjual di pasar tidak dapat menentukan atau mengubah harga.
- 2) Barang yang dijual merupakan barang yang homogen atau identik. Kesamaan barang yang dijual membuat konsumen dapat membeli produk dari penjual mana saja tanpa khawatir terdapat perbedaan.
- 3) Mudah untuk keluar masuk pasar.

- 4) Setiap pembeli dan penjual dianggap memiliki informasi mengenai pasar dengan baik. Pembeli mengetahui harga jual suatu produk di pasaran, sehingga penjual tidak dapat memanipulasi harga.

b. Pasar persaingan tidak sempurna

Pasar persaingan tidak sempurna dapat terjadi, jika pasar tersebut tidak dapat memenuhi ciri dari pasar persaingan sempurna. Pasar persaingan tidak sempurna memiliki tiga jenis pasar yaitu:

1) Pasar monopoli

Pasar monopoli merupakan pasar yang hanya terdapat satu produsen yang menghasilkan barang tertentu.

2) Pasar monopolistik

Pasar monopolistik adalah pasar yang memiliki banyak perusahaan yang menjual suatu produk yang serupa tetapi tidak sama.

3) Pasar oligopoli

Pasar oligopoli adalah pasar yang memiliki sedikit penjual, sehingga harga yang dibuat berdasarkan satu perusahaan atau perusahaan lainnya.

Menurut Suparmoko (2020) dalam Mursyid dan Lamtana (2020) mengartikan pasar faktor produksi atau yang disebut juga dengan pasar *input* atau masukan sebagai pasar, dimana pihak produsen atau perusahaan akan membeli faktor produksi yang kemudian akan diolah menjadi barang produksi. Produsen dalam pasar faktor produksi dapat menjadi sebagai pembeli tunggal atau juga menjadi pembeli yang bersaing dengan pembeli lainnya. Faktor – faktor yang menentukan permintaan terhadap *input* atau faktor produksi oleh produsen antara lain: teknologi, bentuk pasar, dan seluruh variabel bebas yang mempengaruhi permintaan *output* oleh rumah tangga. Jenis – jenis pasar faktor produksi yaitu:

a. Pasar faktor produksi tanah

Tanah merupakan sumberdaya alam yang berperan penting dalam kegiatan produksi. Hal ini dikarenakan tanah adalah asal sumber daya

alam yang lain. Peningkatan kegiatan produksi akan mengakibatkan kebutuhan tanah akan semakin tinggi. Sementara, ketersediaan tanah tidak akan bertambah jika harga tanah akan meningkat menjadi 100% penawaran akan tetap, karena jumlah tanah relatif tetap.

b. Pasar faktor produksi sumberdaya manusia

Sumberdaya manusia dalam kegiatan produksi merupakan penyedia tenaga kerja yang akan menjalankan kegiatan produksi. Pasar faktor produksi sumberdaya manusia dapat diartikan sebagai permintaan dan penawaran tenaga kerja yang dibutuhkan untuk kepentingan produksi. Kegiatan produksi akan menentukan pasar tenaga kerja, sehingga pemakaian faktor produksi tenaga kerja akan ditentukan oleh lapangan produksi.

c. Pasar faktor produksi sumberdaya modal

Pasar faktor produksi sumberdaya modal adalah pasar yang menyediakan faktor produksi modal. Modal dalam hal ini tidak selalu tentang uang, tetapi segala sesuatu yang dapat berguna untuk menghasilkan suatu barang baru.

d. Pasar faktor produksi kewirausahaan

Pasar faktor produksi kewirausahaan merupakan pasar yang menawarkan kewirausahaan. Kemampuan pelaku usaha sangat menentukan keberhasilan kegiatan usaha yang tercermin dari semakin meningkatnya keuntungan perusahaan. Seorang pengusaha harus menerima laba perusahaan sebagai imbalan dari usahanya (Dinar dan Hasan, 2018).

3. Pedagang

Pedagang adalah individu yang melakukan kegiatan jual beli suatu barang kepada pembeli atau konsumen, baik secara langsung atau tidak langsung. Pedagang secara umum dibedakan menjadi dua, yaitu:

- a. Pedagang besar (grosir)
Pedagang besar atau grosir adalah pedagang yang membeli dan menjual barang dalam jumlah yang besar. Biasanya pedagang besar menjual barang kepada pedagang lain yang lebih kecil.
- b. Pedagang eceran (*retailer*)
Pedagang eceran adalah pedagang yang menjualkan barangnya kepada konsumen. Pedagang eceran biasanya menjual barang lebih sedikit atau per satuan kepada konsumen (Syawaludin, 2017).

Menurut Anderson (2014) dalam Saputra (2014) menggolongkan pedagang ke dalam beberapa jenis, yaitu:

- a. Agen
Agen adalah badan atau yang mengorganisasikan kegiatan distribusi dan transaksi jual beli barang yang diproduksi perusahaan.
- b. Pedagang besar (grosir)
Pedagang yang membeli produk yang dihasilkan produsen dalam jumlah besar, kemudian dijual kembali kepada pedagang kecil atau pedagang eceran.
- c. Pedagang eceran (*retailer*)
Pedagang jenis ini akan membeli barang melalui pedagang grosir dan menjual langsung kepada konsumen.
- d. Makelar
Makelar adalah perwakilan pembeli atau penjual. Mereka akan membuat perjanjian atas nama penjual atau pembeli atas kegiatan penjualan atau pembelian suatu produk. Balas jasa atas usaha yang dilakukan makelar disebut dengan kurtasi atau provisi.
- e. Komisioner
Merupakan individu atau organisasi yang bekerja sebagai perantara kegiatan perdagangan yang menjual atau membeli barang dagangan atas nama sendiri. Komisioner akan bertanggung jawab pada tindakannya dengan memperoleh komisi sebagai balas jasanya.

f. Agen

Agen dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

1) Agen penjualan

Agen penjualan adalah individu atau suatu organisasi yang menjual produk hasil produksi yang dihasilkan produsen kepada konsumen.

2) Agen pembelian

Agen pembelian adalah individu atau organisasi yang membeli barang hasil produksi kepada pembeli atau konsumen di daerah tertentu.

g. Eksportir dan importir

Eksportir adalah pihak yang akan menyalurkan atau menjual barang yang dihasilkan dalam negeri kepada luar negeri. Importir adalah pihak yang akan membeli produk dari luar negeri dan menjual kembali di dalam negeri.

4. Struktur Biaya

Menurut Effendy, dkk (2019), struktur biaya adalah susunan biaya yang harus dikeluarkan dalam menciptakan suatu barang atau jasa yang dapat dikonsumsi oleh orang lain. Struktur biaya dibedakan menjadi dua berdasarkan perilaku biayanya yaitu biaya tetap (TFC) dan biaya variabel (TVC). Struktur biaya biasanya dituliskan dalam bentuk persentase atau persen. Untuk menghitung berapa persentase biaya dalam suatu usaha dapat dicari menggunakan rumus berikut (Kenamon, dkk., 2021).

$$P = \frac{NTFc \text{ atau } NTVC}{NTC} \times 100\% \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

P = Nilai struktur biaya produksi (%).

NTFC = Nilai tiap komponen biaya tetap (Rp).

NTVC = Nilai tiap komponen biaya variabel (Rp).

NTC = Biaya dari total biaya produksi.

Menurut Supardi dan Anwar (2004), biaya diartikan sebagai besaran uang yang harus dikeluarkan oleh produsen untuk membayar kegiatan produksi. Biaya merupakan pengeluaran yang tidak dapat dielakkan dalam mencapai suatu tujuan. Menurut Noor (2008), biaya dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan tujuan tertentu, yaitu:

- a. Biaya menurut realitas pembayarannya
 - 1) Biaya pengorbanan (*opportunity cost*)
Merupakan biaya yang muncul karena mengorbankan suatu kesempatan yang dimilikinya.
 - 2) Biaya sebenarnya (*real cost*)
Merupakan biaya yang harus dibayar sesuai dengan aktivitas yang dilakukan.

- b. Biaya menurut periode atau waktu
 - 1) Biaya jangka pendek (*short run cost*)
Merupakan periode dimana masih ada kelompok dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya jangka pendek terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel.
 - 2) Biaya jangka panjang (*long run cost*)
Merupakan periode dimana seluruh biaya yang berubah (variabel), biaya yang dihitung dalam biaya jangka panjang adalah semua biaya variabel.

- c. Biaya menurut karakteristik jumlahnya
 - 1) Biaya tetap (*total fixed cost*)
Merupakan biaya yang jumlahnya tetap dan tidak dipengaruhi besar kecilnya *output* yang dihasilkan. Menurut Bambang dan Kartasapoetra (1988), biaya tetap memiliki ciri – ciri sebagai berikut :
 - a) Jumlah tetap sebanding dengan hasil produksi.
 - b) Menurunnya biaya tetap per unit dibandingkan pada kenaikan dari hasil produksi.

2) Biaya variabel (*total variable cost*)

Merupakan biaya yang jumlahnya akan berubah, jika adanya perubahan volume produksi. Menurut Bambang dan Kartasapoetra (1988), biaya variabel memiliki ciri – ciri sebagai berikut :

- a) Bervariabel secara keseluruhan dengan volume.
- b) Biaya per unit yang konstan, walaupun terjadi perubahan volume dalam batas bidang relevan.

d. Biaya menurut karakteristik satuannya

1) Biaya total (*total cost*)

Merupakan jumlah dari keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam menghasilkan suatu produk. Biaya total dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Biaya Total (TC)} = \text{TFC} + \text{TVC} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

TC = Biaya total (Rp)

TFC = Biaya tetap total (Rp)

TVC = Biaya variabel total (Rp)

2) Biaya total rata – rata (*average cost*)

Biaya variabel rata – rata adalah biaya variabel per *output* yang dihasilkan. Biaya variabel rata – rata dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Biaya total rata – rata (ATC)} = \text{ATC} / Q \dots\dots\dots(3)$$

$$\text{ATC} = \frac{\text{TFC}}{Q} + \frac{\text{TVC}}{Q} \dots\dots\dots(4)$$

$$\text{ATC} = \text{AFC} + \text{AVC} \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan :

ATC = Biaya total rata-rata (Rp).

Q = Volume / jumlah produksi (Kg).

TC = Biaya total (Rp).

TFC = Biaya tetap total (Rp).

TVC = Biaya variabel total (Rp).

AFC = Biaya tetap rata-rata (Rp).

AVC = Biaya variabel rata-rata (Rp).

3) Biaya Marjinal (*Marjinal Cost*)

Biaya marjinal adalah biaya yang dikeluarkan karena adanya tambahan satu *output* yang dihasilkan. Biaya marjinal dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Biaya marjinal (MC)} = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan:

MC = Biaya marjinal.

ΔTC = Perubahan biaya total.

ΔQ = Perubahan jumlah produk.

5. Pendapatan

Menurut Reksoprayitno (2004), pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh seseorang sebagai balas jasa atau faktor produksi dalam kurun waktu yang telah ditetapkan. Suryananto (2005) mengartikan pendapatan sebagai penerimaan bersih yang dimiliki seseorang, baik dalam bentuk uang atau natura. Pendapatan atau *income* merupakan hasil penjualan dari faktor – faktor produksi dari sektor produksi yang dimilikinya. Sektor produksi akan membeli faktor produksi dan dipakai sebagai *input* produksi dan harga yang berlaku merupakan harga di pasar faktor produksi. Sistem tawar menawar akan menentukan harga jual faktor produksi dalam pasar produksi.

Pendapatan dapat diartikan juga sebagai seluruh penghasilan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari – hari yang diterima dari pihak lain atas tanda balas jasa yang diberikan. Arti lain pendapatan adalah sebagai saluran penerimaan dalam bentuk uang maupun barang yang diberikan oleh pihak lain maupun dari hasil sendiri yang dimulai

dengan sejumlah uang atau jasa atas dasar harga yang berlaku pada saat itu. Tinggi rendahnya pendapatan seseorang sangat tergantung pada keterampilan, keahlian, luasnya kesempatan kerja dan besarnya modal yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan tersebut dalam suatu periode tertentu yang juga sering disebut dengan investasi. Untuk mengetahui pendapatan, maka perlu diketahui penerimaan dari suatu usaha (Winardi, 2002).

Menurut Noor (2008), penerimaan dikelompokkan menjadi beberapa jenis, yaitu:

a. Penerimaan total (*Total Revenue*)

Penerimaan total diartikan sebagai jumlah seluruh penerimaan yang dihasilkan dari penjualan suatu produk. Total penerimaan adalah hasil perkalian dari jumlah produk per unit yang berhasil dijual dikalikan dengan harga jual produk per unitnya. Secara matematis, rumus menghitung penerimaan total adalah sebagai berikut:

$$\text{Penerimaan total (TR)} = P \times Q \dots\dots\dots(7)$$

Keterangan:

TR = Penerimaan total (Rp).

P = Harga (Rp).

Q = Jumlah produk (Unit).

b. Penerimaan rata – rata (*Average Revenue*)

Penerimaan rata – rata atau penerimaan per unit barang dan jasa dapat diartikan sebagai pendapatan rata – rata dari setiap unit penjualan produk. Untuk menghitung penerimaan rata – rata menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Penerimaan rata – rata (AR)} = \text{TR} / Q \dots\dots\dots(8)$$

Keterangan:

AR = Penerimaan rata – rata (Rp)

TR = Penerimaan total (Rp)

Q = Jumlah produk (Unit)

c. Penerimaan marjinal (*Marginal Revenue*)

Pendapatan tambahan atau penerimaan marjinal diartikan sebagai tambahan pendapatan yang didapat dari tambahan setiap satu unit produksi atau penjualan. Untuk mengetahui penerimaan marjinal menggunakan rumus berikut:

$$\text{Penerimaan marjinal (MR)} = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = TR' \dots\dots\dots(9)$$

Keterangan:

MR = Penerimaan marjinal.

ΔTR = Perubahan penerimaan total.

ΔQ = Perubahan jumlah produk.

Perusahaan bertujuan untuk mendapatkan laba (keuntungan) yang sebesar – besarnya. Perusahaan akan menjual produknya dengan harga yang lebih tinggi dari ongkos produksinya. Menurut Wijayanti (2008), pendapatan merupakan penerimaan perusahaan dari penjualan *output*-nya.

Keuntungan atau kerugian adalah perbedaan antara hasil penjualan dan biaya produksi. Keuntungan diperoleh apabila hasil penjualan melebihi dari biaya produksi. Kerugian akan dialami apabila hasil penjualan kurang dari biaya produksi. Keuntungan yang maksimum dicapai, apabila perbedaan diantara hasil penjualan dan biaya produksi mencapai tingkat yang paling besar (Sukirno, 2002).

Penerimaan pedagang ditentukan oleh faktor penjualan barang yang diproduksi dan harga per unit dari masing-masing faktor produksi. Harga-harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan antara penjual dan pembeli di pasar. Penerimaan total atau *total revenue* (TR) yang merupakan jumlah penerimaan yang diterima pedagang sebagai hasil

dari total penjualan. Menurut Mubyarto (1994), penerimaan dirumuskan sebagai hasil kali antara jumlah unit yang terjual dengan harga per unit. Jika dirumuskan secara matematis adalah sebagai berikut:

$$\text{Penerimaan (TR)} = P \times Q \dots\dots\dots(10)$$

Keterangan:

TR = Penerimaan total (Rp).

P = Harga barang (Rp).

Q = Jumlah barang (Unit).

Menurut Nicholson dalam Astuti (2018), keuntungan atau laba merupakan selisih antara penerimaan total yang diterima dengan biaya total yang dikeluarkan dalam suatu usaha. Biaya adalah hasil kali antara harga pembelian suatu *input* dengan jumlah *input* yang dibutuhkan. Penerimaan total yang didapat merupakan hasil kali antara harga per produk dengan jumlah produk. Keuntungan dapat dicari menggunakan rumus berikut ini:

$$\text{Keuntungan } (\pi) = \text{TR} - \text{TC} \dots\dots\dots(11)$$

Keterangan:

π = Keuntungan (Rp).

TR = Total penerimaan (Rp).

TC = Total biaya (Rp).

Kriteria:

Jika total penerimaan > total biaya, maka usaha untung.

Jika total penerimaan = total biaya, maka usaha berada pada titik impas.

Jika total penerimaan < total biaya, maka usaha tersebut merugi.

6. Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang

a. Umur pedagang

Umur merupakan informasi mengenai tanggal, bulan dan tahun lahir seseorang. Informasi umur berisi ukuran lamanya hidup seseorang dalam ukuran tahun. Umur dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil sebuah keputusan. Umur juga dapat menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan kegiatan berdagang. Pedagang yang memiliki umur yang produktif biasanya akan bekerja lebih baik dan lebih maksimal dibandingkan dengan pedagang yang sudah berumur tidak produktif (Gusti, dkk., 2021). Menurut Mantra (2004), struktur umur dibagi menjadi tiga kelompok yakni umur muda (< 15 tahun), umur produktif (15 – 64 tahun) dan umur tua (> 65 tahun). Kelompok umur muda dan tua merupakan kelompok umur yang sudah tidak produktif lagi. Pedagang yang lebih lama berjualan biasanya akan memiliki pengalaman yang cukup untuk mempertahankan usahanya.

b. Lama usaha berdagang

Pengalaman pedagang adalah waktu yang digunakan oleh pedagang dalam menekuni usaha berdagangnya. Pedagang yang memiliki jangka waktu yang lebih panjang biasanya memiliki pengalaman dan pemahaman yang baik mengenai tentang usaha dagangnya. Lamanya berjualan ini akan memberikan pengalaman serta keterampilan yang berguna bagi pedagang dalam menjualkan dagangannya.

Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku. Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkah pendapatan, lama seseorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan profesionalnya/keahliannya), sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil daripada hasil penjualan.

Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen (Husaini, 2017).

c. Jumlah tenaga kerja

Tenaga kerja adalah sumber daya manusia yang dimanfaatkan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan jasa ataupun barang. Tenaga kerja merupakan faktor produksi yang penting dan perlu diperhitungkan dalam proses produksi. Jumlah yang cukup bukan saja dilihat dari tersedianya tenaga kerja tapi juga kualitas dan macam tenaga kerja. Tenaga kerja bukan saja di artikan sabagai tenaga kerja jasmani yang digunakan dalam proses produksi,akan tetapi juga meliputi kemampuan tenaga kerja, keterampilan kerja maupun pengetahuan yang terdapat dalam diri pekerja (Vrelisa, 2021).

Tenaga kerja memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan suatu usaha, terutama tenaga kerja yang memiliki kemampuan yang baik dalam menjalankan pekerjaannya. Jika tenaga kerja dapat menjalankan tugasnya dengan baik, maka produk barang atau jasa yang dihasilkan akan meningkat dari segi kualitas dan kuantitas, sehingga akan memberikan dampak positif terhadap pendapatan usaha yang dijalankan (Vrelisa, 2021).

d. Jam Kerja

Jam kerja adalah lamanya waktu yang digunakan seseorang untuk bekerja setiap harinya, biasanya waktu kerja berbeda – beda sesuai dengan pekerjaannya, namun secara umum rata – rata jam kerja seseorang adalah 8 jam per hari. Jam kerja dihitung mulai dari pedagang membuka lapak sampai dengan pedagang menutup lapak dagangannya. Jika para pedagang ingin memperoleh pendapatan yang tinggi, maka pedagang harus meningkatkan jam kerja yang dicurahkan

agar pedagang dapat memperoleh pendapatan yang tinggi. Alokasi waktu usaha dan jam kerja adalah total waktu usaha atau jam kerja usaha yang digunakan seorang pedagang dalam berdagang (Herman, 2020).

Jumlah jam kerja adalah lamanya waktu dalam jam yang digunakan untuk bekerja dari seluruh pekerjaan, tidak termasuk jam kerja istirahat resmi dan jam kerja yang digunakan untuk hal-hal di luar pekerjaan selama seminggu. Semakin tinggi jam kerja atau alokasi waktu yang kita berikan untuk membuka usaha, maka probabilitas omset yang diterima pedagang akan semakin tinggi, maka kesejahteraan akan pedagang akan semakin terpelihara dan dapat memenuhi kebutuhan keluarga pedagang tersebut (Anggraini, 2019).

7. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang menganalisis mengenai dampak pandemi Covid – 19 terhadap perubahan pendapatan pedagang berguna sebagai acuan dan referensi dalam melakukan penelitian ini. Penelitian terdahulu akan membantu peneliti dalam menentukan metode menganalisis data dan pengumpulan data yang digunakan. Terdapat perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan ini. Penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 4.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan ini terletak pada metode analisis data yang digunakan yaitu analisis biaya, analisis penerimaan dan analisis pendapatan pedagang daging ayam ras pedaging. Perhitungan pendapatan dalam penelitian ini menggunakan rumus pendapatan oleh Mubyarto (1994) sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Astuti (2018). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah waktu dan lokasi penelitian. Selain dua hal tersebut, penelitian ini juga akan membandingkan biaya penjualan dan pendapatan atau keuntungan yang diterima oleh pedagang daging

ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung sebelum dan semasa pandemi Covid – 19 . Penelitian ini juga akan melihat bagaimana perubahan pembelian daging ayam ras pedaging oleh konsumen selama pandemi dan sebelum pandemi terjadi.

Tabel 4. Penelitian Terdahulu

No	Judul/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Analisis biaya dan pendapatan usaha pedagang sayuran di Pasar Tamin Kota Bandar Lampung. Astuti, Zakaria, dan Endaryanto (2018).	Menganalisis pendapatan dan struktur biaya usaha pedagang sayuran di Pasar Tamin Kota Bandar Lampung.	Dilaksanakan menggunakan metode survei, dengan sampel diambil secara <i>purposive sampling</i>	Menghitung biaya tetap (TFC), biaya variabel (TVC), biaya total (TC). Pendapatan pedagang sayur menggunakan rumus Mubyarto. Penerimaan (TR) dihitung dengan harga jual (P) dikalikan dengan jumlah (Q) dan keuntungan dicari dengan total penerimaan (TR) dikurang dengan total biaya (TC).	Pendapatan yang diterima oleh pedagang sayur rata – rata per harinya untuk pedagang kios sebesar Rp817.055,00, pedagang los amparan sebesar Rp737.604,00 dan pedagang los amparan kaki lima sebesar Rp183.455,00.
2.	Analisis pendapatan dan pemasaran kakao di Kecamatan Bulok Kabupaten Tanggamus. Anggraeni, Prasmatiwi, dan Situmorang (2018).	Menganalisis pendapatan usahatani kakao	Menggunakan metode survei, sampel yang diambil secara <i>simple random sampling</i> .	Pendapatan petani kakao dihitung menggunakan rumus Soekartawi yaitu keuntungan dicari dengan rumus hasil produksi (Y) dikali dengan harga hasil produksi (Py) lalu dikurangkan dengan hasil kali faktor produksi variabel (Xi) dengan harga faktor produksi variabel (Pxi).	Pendapatan usahatani kakao atas biaya tunai per tahunnya sebesar Rp23.502.689,07 dan pendapatan usahatani kakao atas biaya total per tahunnya sebesar Rp16.365.527,38.

Tabel 4. Lanjutan

No	Judul/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
3.	Analisis pendapatan dan efisiensi pemasaran ikan patin di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah. Sazmi, Haryono, dan Suryani (2018).	Menganalisis tingkat pendapatan usahatani ikan patin	Menggunakan metode sensus dan sampel yang diambil secara <i>snowball sampling</i>	Analisis pendapatan dilakukan dengan menggunakan rumus Soekartawi yaitu keuntungan dicari dengan rumus hasil produksi (Y) dikali dengan harga hasil produksi (Py) lalu dikurangkan dengan hasil kali faktor produksi variabel (Xi) dengan harga faktor produksi variabel (Pxi).	Rata – rata pendapatan yang diterima oleh petani ikan patin sebesar Rp61.799.669,90 dengan luas lahan rata – rata 0,37 Ha.
4.	Dampak Covid – 19 terhadap pendapatan penjual daging ayam broiler di Pasar Sila Kabupaten Bima. Harmayani, Kartika, Aditya (2021)	Mengetahui dampak Covid – 19 terhadap pendapatan penjual daging ayam broiler di Pasar Sila Kabupaten Bima.	Menggunakan metode survei, observasi dan wawancara.	Analisis biaya total dengan mengurangi biaya tetap total (TFC) dengan biaya variabel total (TVC). Analisis total penerimaan dihitung dengan mengalikan jumlah produksi (Q) dengan harga jual (P), analisis pendapatan dihitung dengan biaya total (TR) dikurang dengan biaya total (TC), dan analisis <i>Break Event Point</i>	Pendapatan penjual daging ayam broiler pada masa pandemi kondisinya masih baik, sehingga pendapatan pedagang masih menguntungkan. Pendapatan penjual daging ayam broiler sebelum masa pandemi per bulannya sebesar Rp7.300.000,00/bulan, sedangkan sesudah pandemi per bulannya sebesar Rp8.915.000/bulan.

Tabel 4. Lanjutan

No	Judul/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
5.	Dampak pandemi Covid – 19 terhadap kondisi ekonomi pedagang olahan hasil laut di Kecamatan Bulak Kota Surabaya. Susilowati, Winarno, dan Yektiningsih (2021).	Menganalisis dampak pandemi Covid – 19 terhadap kondisi ekonomi pedagang olahan hasil laut di Kecamatan Bulak, Kota Surabaya.	Dilakukan secara sensus kepada seluruh pedagang hasil olahan laut. Sampel yang diambil dengan metode <i>purposive sampling</i> .	Diolah menggunakan uji <i>Wilcoxon Signed – Rank</i>	Pandemi Covid – 19 memberikan dampak signifikan atau nyata terhadap kondisi ekonomi pedagang olahan hasil laut di Kecamatan Bulak. Nilai uji <i>Wilcoxon Signed – Rank</i> $< 0,005$ yang artinya ada perbedaan pada curahan waktu kerja, modal, pendapatan, dan konsumsi rumah tangga pedagang olahan hasil laut di Kecamatan Bulak.
6.	Analisis sosial ekonomi pedagang ikan segar pada masa pandemi Covid – 19 di TPI Rajawali Kota Makassar. Salsabilah, Amiluddin, Cangara, Baso, dan Gosari (2021).	Menganalisis perubahan kondisi ekonomi yang meliputi pemasaran hasil perikanan, jumlah pembeli, dan pendapatan pedagang ikan segar di TPI Rajawali selama masa pandemi Covid – 19.	Dilaksanakan menggunakan metode survei. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode <i>purposive sampling</i> .	Analisis pendapatan dilakukan dengan menggunakan rumus pendapatan dengan mengurangi total penerimaan (TR) dengan total biaya (TC), dengan total biaya dihitung dengan mengurangi biaya tetap total (TFC) dengan biaya variabel total (TVC).	Pada masa pandemi terjadi penurunan jumlah pembeli, karena permintaan yang semakin menurun. Hal ini mengakibatkan pendapatan pedagang ikan segar mengalami penurunan juga, dari sebelum pandemi pendapatan pedagang ikan segar mencapai Rp9.635.540,63 menurun menjadi Rp7.532.814,88.

Tabel 4. Lanjutan

No	Judul/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
7.	Analisis pendapatan pedagang sayur sebelum dan selama masa pandemi Covid – 19 di Pasar Lakessi Kota Parepare Sulawesi Selatan. Panjaitan, Katiandagho, dan Pangemanan (2021).	<ol style="list-style-type: none"> Mengetahui kondisi dan keadaan pasar Lakessi selama masa pandemi Covid – 19. Mengetahui perbedaan pendapatan pedagang sayur di pasar Lakessi sebelum dan selama masa pandemi Covid – 19. 	<p>Penelitian merupakan studi kasus. Sampel diambil secara sengaja atau <i>purposive sampling</i></p>	Dianalisis menggunakan metode deskriptif	<ol style="list-style-type: none"> Pandemi Covid – 19 mengakibatkan keadaan pasar Lakessi menjadi sepi, karena berkurangnya pembeli yang berbelanja di pasar. Pandemi Covid – 19 mengakibatkan pedagang sayur di Pasar Lakessi mengalami penurunan pendapatan. Penurunan pendapatan ini terjadi, karena Pasar Lakessi yang sepi dari pembeli, sehingga volume sayur yang dijual tidak seperti sebelum masa pandemi Covid – 19.
8.	Pendapatan pedagang pada masa pandemi Covid – 19 di Pasar Tanawangko Desa Burgo Kabupaten Minahasa. Karundeng, Katiandagho, dan Kapantow (2021).	Mengetahui pendapatan pedagang di Pasar Tanawangko pada masa pandemi	<p>Pengumpulan data dilakukan secara survei. Sampel yang diambil dengan metode <i>purposive sampling</i>.</p>	Metode analisis data dengan menggunakan rumus pendapatan Soekartawi dengan rumus total penerimaan (TR) dikurang dengan total biaya (TC).	Pada masa pandemi Covid – 19 pedagang Pasar Lakessi masih mendapat keuntungan dengan rata – rata sebesar Rp812,300,00 per minggu.

Tabel 4. Lanjutan

No	Judul/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
9.	Analisis pendapatan dan faktor – faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan usahatani penangkaran benih padi di Kabupaten Pesawaran. Mita, Haryono, dan Marlina (2018).	<ol style="list-style-type: none"> Menganalisis pendapatan usahatani penangkaran benih padi dan usahatani padi konsumsi. Menganalisis perbedaan pendapatan usahatani penangkaran benih padi dengan padi konsumsi 	Menggunakan metode survei	<ol style="list-style-type: none"> Analisis pendapatan dihitung dengan menggunakan rumus Sudarman, pendapatan dihitung dengan mengurangkan harga produksi (Py) dikalikan hasil produksi (Y) dengan harga faktor produksi (Pxi) dikali lalu dikurangkan lagi dengan biaya tetap total (BTT). Analisis perbedaan pendapatan usahatani padi konsumsi dan usahatani penangkaran benih padi dengan metode <i>independent sample t – test</i>. 	Pendapatan usahatani penangkaran benih padi konsumsi sebesar Rp24.822.949,77 sedangkan pendapatan usahatani padi konsumsi Rp14.602.587,00 dengan perbedaan dari kedua pendapatan tersebut sebesar Rp10.220.462,78.

Tabel 4. Lanjutan

No	Judul/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
10.	Dampak pandemi covid – 19 terhadap pendapatan petani sayuran di Kota Ternate. Sarni dan Sidayat (2020).	Menganalisis dampak pandemi covid – 19 terhadap tingkat pendapatan petani sayuran di Kota Ternate	Penelitian dilakukan secara survei dengan pengambilan sampel dilakukan secara sengaja	Metode analisis yang digunakan adalah perhitungan penerimaan total dengan rumus jumlah produk (Q) dikalikan dengan harga per satuan unit (P). Analisis pendapatan dihitung dengan rumus total penerimaan (TR) dikurang dengan total biaya (TC).	Harga sayuran bayam, kangkung, dan sawi mengalami peningkatam 30 – 33% dibandingkan sebelum pandemi. Hal ini terjadi karena ketiga sayuran merupakan komoditas yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat, tetapi karena adanya <i>lockdown</i> maka suplai hanya dapat dipenuhi oleh petani di wilayah Kota Ternate. Komoditi terong harganya masih stabil, untuk komoditi cabai mengalami penurunan sebesar 36,7%. Hal ini terjadi karena biasanya restoran atau <i>café</i> membeli dalam jumlah banyak pada saat pandemi tutup, sehingga petani cabai tidak punya wadah untuk menjual hasil produksi cabainya.

B. Kerangka Berpikir

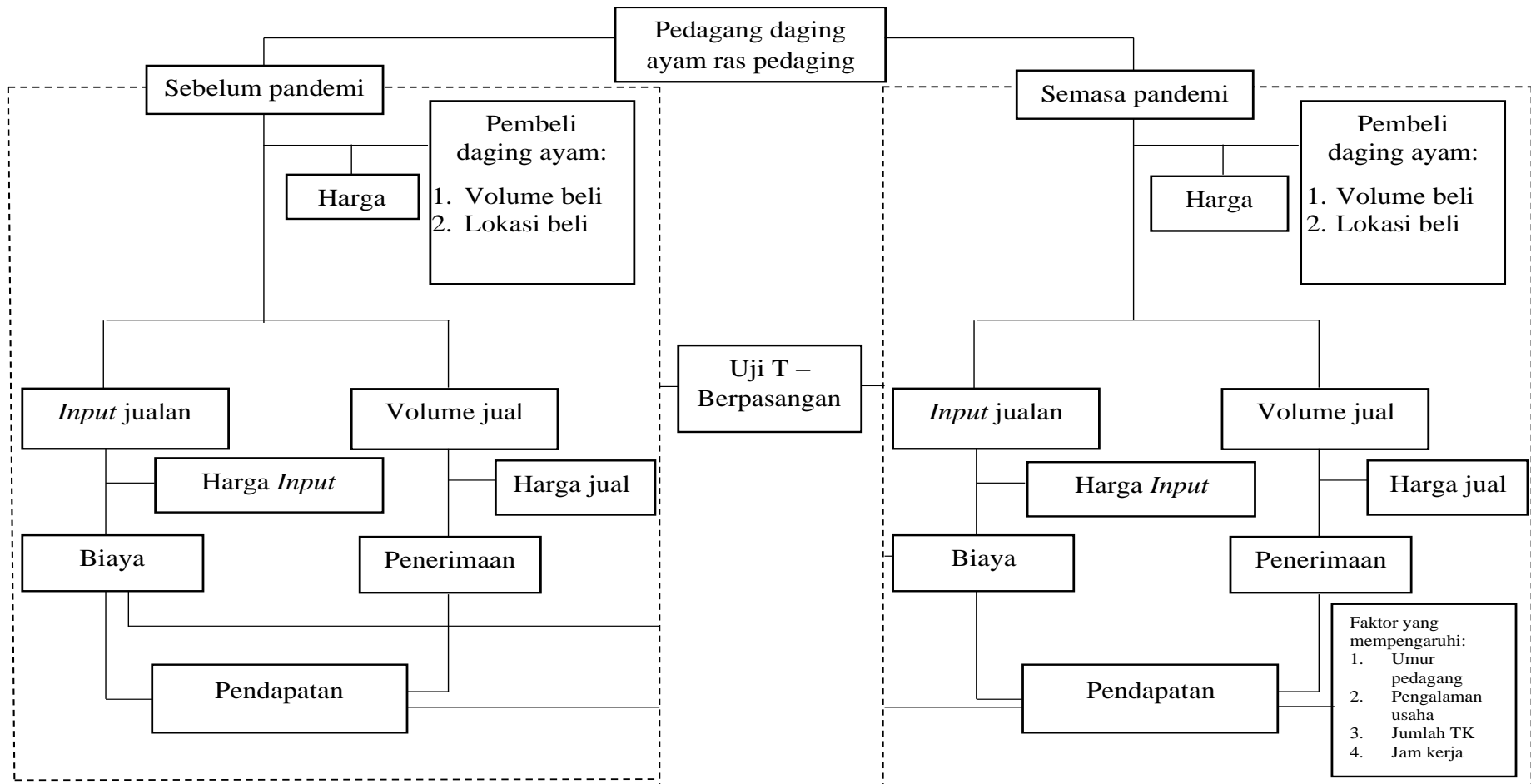
Pandemi Covid – 19 yang menyebar di Indonesia mengakibatkan banyak kegiatan masyarakat terganggu. Pandemi ini mempengaruhi seluruh sektor yang ada termasuk sektor perdagangan, khususnya penjualan daging ayam ras pedaging di pasar tradisional. Daging ayam ras pedaging merupakan salah satu bahan makanan yang dikonsumsi oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan protein. Daging ayam ras pedaging banyak dipilih oleh konsumen, karena harganya yang relatif terjangkau. Pandemi Covid – 19 sangat berdampak bagi kegiatan penjualan daging ayam ras pedaging baik dari penjualan maupun pembeliannya.

Pasar Tugu di Kota Bandar Lampung juga mengalami dampak dari adanya pandemi Covid – 19 ini. Banyak konsumen yang awalnya berbelanja daging ayam ras pedaging di pasar, tetapi akibat pandemi ini banyak yang mengurangi jumlah pembeliannya. Biasanya konsumen tidak membeli ayam lagi, karena menurunnya pendapatan yang diterima, sehingga mereka harus mengurangi jumlah konsumsi daging ayam. Selain penurunan pendapatan, konsumen juga lebih memilih untuk membeli daging ayam ras pedaging di pasar modern atau pasar yang menyediakan layanan pesan antar. Hal ini dilakukan karena konsumen ingin mengurangi intensitas keluar ke tempat umum, sehingga terhindar dari penularan virus. Hal ini akan berdampak kepada volume penjualan pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung.

Perubahan pembelian daging ayam ras pedaging oleh konsumen mengakibatkan para pedagang daging ayam di Pasar Tugu mengalami dampaknya. Volume penjualan pedagang mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan banyak yang mengurangi pembelian dan juga tutupnya restoran atau hotel yang menjadi langganan pedagang ini. Perubahan volume penjualan daging ayam sangat berpengaruh, kemungkinan pedagang akan mengalami pengurangan penerimaan juga. Hal ini juga akan berdampak pada

keuntungan atau pendapatan yang diterima oleh pedagang daging ayam ras pedaging.

Pendapatan yang diterima oleh pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu merupakan selisih antara total penerimaan yang diterima pedagang daging ayam dengan biaya total yang dikeluarkan pedagang dalam menjalankan kegiatan dagangnya. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang daging ayam meliputi pembelian bahan baku, biaya retribusi pasar, biaya listrik, dan biaya lainnya. Adanya pandemi memberikan dampak yang cukup besar bagi ekonomi pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung. Diagram alir kerangka pemikiran yang menganalisis dampak pandemi terhadap pembelian daging ayam ras pedaging oleh konsumen dan pendapatan pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka pemikiran dampak pandemi Covid – 19 terhadap pembelian daging ayam ras pedaging oleh konsumen dan pendapatan pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu kalimat pernyataan kira – kira atau dugaan sementara yang menyatakan hubungan antar dua variabel atau lebih, yang merupakan kesimpulan dari premis mayor dan premis minor. Hipotesis dapat pula diartikan sebagai kesimpulan sementara tentang hubungan suatu variabel dengan satu atau lebih variabel lainnya. Hipotesis disajikan dalam bentuk pernyataan yang menghubungkan secara eksplisit maupun implisit satu variabel dengan variabel lainnya. Hipotesis yang baik selalu memenuhi dua persyaratan yaitu menggambarkan hubungan antar variabel dan dapat memberikan petunjuk bagaimana pengujian hubungan tersebut (Karmini, 2020).

Pandemi Covid – 19 mengakibatkan hampir semua sektor mengalami dampaknya. Salah satu yang mengalami dampaknya adalah para pedagang di pasar tradisional. Hal ini terjadi karena adanya pemberlakuan regulasi untuk menekan laju penyebaran Covid – 19. Para konsumen mengurangi intensitas datang ke pasar, karena takut tertular penyakit ini. Hal ini mengakibatkan pedagang mengalami kerugian, seperti halnya hasil penelitian Purba (2021) yang menyebutkan bahwa pandemi Covid – 19 mengakibatkan penurunan rata – rata volume penjualan, rata – rata penerimaan dan rata – rata pendapatan pedagang sayur di Pasar Lau Cih Kota Medan Tuntungan sebelum dan sesudah pandemi Covid – 19. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan yang nyata dan signifikan volume, penerimaan, dan pendapatan pedagang sayur di Pasar Lau Cih Medan Tuntungan.

Salsabilah, dkk (2021) juga menyebutkan bahwa pandemi Covid – 19 memberikan dampak penurunan yang cukup signifikan pada biaya total, penerimaan usaha dan pendapatan pedagang ikan segar di TPI Rajawali Kota Makassar. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka, dihasilkan hipotesis yang akan membantu dan diuji pada penelitian ini.

Hipotesis penelitian ini antara lain:

1. Ada perbedaan antara variabel biaya yang dikeluarkan pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung sebelum dan semasa pandemi Covid – 19.
2. Ada perbedaan antara pendapatan pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung sebelum dan semasa pandemi Covid – 19.
3. Variabel pendapatan pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung semasa pandemi dipengaruhi oleh variabel umur pedagang, lama usaha, tenaga kerja dan lama jam berjualan.

III. METODE PENELITIAN

A. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional merupakan pengertian dan petunjuk tentang variabel yang digunakan dalam penelitian. Variabel tersebut berguna untuk mendapatkan dan menganalisis data penelitian.

Daging ayam ras adalah daging ayam ras yang memiliki daging yang masih empuk dengan berat rata – rata 1,5 – 2 kg dan dibudidaya untuk dikonsumsi dagingnya.

Pasar tradisional adalah tempat terjadi interaksi antara penjual dan pembeli dengan penetapan harga dilakukan secara tawar menawar, pasar tradisional memiliki banyak pembeli dan penjual dengan barang yang dijual sama, contohnya Pasar Tugu.

Pedagang adalah orang – orang yang melakukan kegiatan penjualan suatu barang dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Pembeli adalah orang yang membeli suatu produk atau jasa yang akan dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari.

Konsumen rumah tangga adalah konsumen yang membeli suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan keluarganya.

Pedagang toko atau kios adalah pedagang yang menjual barang jualannya dengan menempati suatu bangunan kios atau toko di pasar.

Pedagang kaki lima adalah pedagang yang menjual barang dagangannya di pinggir jalan pasar.

Dampak adalah suatu akibat dari adanya suatu kejadian, dampak bisa dalam hal positif atau negatif.

Pandemi adalah sebuah epidemi yang menyebar orang banyak di berbagai belahan dunia.

Covid – 19 adalah penyakit Corona yang menyebar sangat cepat dan menjangkit banyak orang.

Sebelum pandemi adalah keadaan saat belum adanya penyakit Corona yang menyebar di Indonesia yaitu sebelum Maret 2020.

Semasa pandemi adalah keadaan setelah menyebar penyakit Corona di Indonesia yaitu sejak Maret 2020 hingga saat ini.

Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) adalah regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia dengan tujuan penekanan laju penyebaran Covid – 19.

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) adalah regulasi yang dikeluarkan pemerintah Indonesia untuk mengurangi penyebaran Covid – 19. PSBB memiliki 4 level pembatasan yang ditetapkan pemerintah sesuai dengan keadaan penyebaran Covid – 19.

Uang salar adalah uang yang harus dibayarkan pedagang di pasar kepada pihak pasar (Rp/bulan).

Salar keamanan adalah uang yang harus dibayarkan pedagang untuk menjamin keamanan berjualan (Rp/bulan).

Salar kebersihan adalah uang yang harus dibayarkan pedagang untuk menjamin kebersihan (Rp/bulan).

Salar pasar adalah uang yang dibayarkan pedagang untuk biaya pasar (Rp/bulan).

Salar parkir adalah uang yang dibayarkan pedagang kaki lima yang berjualan ditempat yang seharusnya menjadi tempat parkir (Rp/bulan).

Uang satpam adalah uang yang dibayarkan oleh pedagang kios untuk membayar satpam setiap bulannya untuk menjamin keamanan barang kios dan barang (Rp/bulan).

Biaya lapak adalah biaya yang dikeluarkan pedagang kaki lima yang memiliki tempat yang tetap (Rp/bulan).

Volume penjualan adalah banyaknya produk dalam satuan kilogram yang dijual oleh pedagang dalam waktu satu bulan (Kg/bulan).

Harga adalah nilai yang harus dibayarkan untuk mendapatkan suatu produk, dalam penelitian ini adalah daging ayam ras pedaging per kilogramnya (Rp/Kg/bulan).

Biaya adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan oleh pedagang daging ayam mulai dari penyediaan bahan dagang utamanya dan pelengkap seperti plastik, biaya sewa tempat, listrik, biaya retribusi pasar, dan biaya salar dalam waktu satu bulan (Rp/bulan).

Penerimaan adalah besar atau jumlah uang yang diterima oleh pedagang dari hasil penjualan daging ayam, penerimaan adalah hasil kali antara harga dengan jumlah daging ayam ras pedaging (Rp/bulan).

Pendapatan adalah selisih antara penerimaan total yang diterima dengan biaya total yang dikeluarkan oleh pedagang daging ayam ras pedaging (Rp/bulan).

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus. Metode studi kasus merupakan penelitian yang mendalam tentang individu, satu kelompok, satu organisasi, satu program kegiatan, dan sebagainya dalam waktu tertentu. Tujuannya untuk memperoleh deskripsi

yang utuh dan mendalam dari sebuah entitas.. Informasi diperoleh melalui pertanyaan yang ditanyakan melalui wawancara ataupun pengisian angket (Arifin, 2011). Teknik studi kasus dilakukan, karena penelitian lakukan fokus pada pedagang dan pembeli daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu yang dijadikan sampel penelitian. Penelitian ini dilakukan di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung.

C. Lokasi, Responden dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Pasar Tugu merupakan pasar yang terletak di pusat Kota Bandar Lampung dan akses jalan yang mengarah ke pasar cukup mudah. Rata – rata harga jual daging ayam ras pedaging tahun 2020 dan 2021 lebih murah dibandingkan pasar lainnya, sehingga banyak masyarakat yang berbelanja di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung. Pengambilan data dilakukan pada bulan Mei 2022.

Berdasarkan hasil turun lapang pertama kali pada tanggal 5 Februari 2022, jumlah pedagang ayam ras pedaging di Pasar Tugu adalah 21 pedagang dengan 3 orang pedagang yang baru berjualan dari tahun 2020 dan 18 orang sudah berjualan dari sebelum tahun 2020. Responden dalam penelitian ini adalah pedagang ayam ras pedaging yang telah berjualan minimal 3 tahun lalu atau pedagang yang telah berjualan satu tahun sebelum adanya pandemi Covid – 19, dari hasil pra – survei ada 18 orang pedagang daging ayam yang telah berjualan dari tahun 2019. Teknik pengambilan data untuk responden pedagang daging ayam ras pedaging menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena hanya pedagang yang telah berjualan sebelum adanya pandemi Covid – 19 yang menjadi responden penelitian. Responden yang telah berjualan lebih dari tiga tahun dianggap sesuai dengan tujuan dari penelitian ini. Teknik *purposive sampling* adalah teknik yang digunakan jika sampel yang akan digunakan memiliki kriteria tertentu, yang telah ditetapkan oleh peneliti (Mulyatiningsih, 2011).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada responden konsumen atau pembeli daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2016), metode *accidental sampling* atau pengambilan sampel secara kebetulan adalah metode sederhana yang digunakan untuk memilih sampel secara kebetulan atau tidak sengaja. Pada penelitian ini adalah para konsumen atau pembeli yang datang membeli daging ayam di pedagang daging ayam yang juga menjadi sampel penelitian ini. Pembeli atau konsumen daging ayam ras pedaging yang membeli di Pasar Tugu dipilih jika dianggap sesuai sebagai responden penelitian ini. Sampel pembeli atau konsumen daging ayam yang diambil adalah tiga responden pembeli daging ayam untuk setiap satu orang pedagang, sehingga responden pembeli daging ayam yang digunakan sebanyak 54 orang pembeli.

D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dengan bertanya langsung kepada pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi literatur, pengumpulan data melalui dokumen yang diterbitkan oleh pihak – pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini adalah Dinas Perdagangan Kota Bandar Lampung, Badan Pusat Statistika, dan dokumen maupun buku yang terkait.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung. Wawancara adalah suatu keadaan dimana dua orang yang bertemu atau berada dalam suatu interaksi yang bertujuan untuk memperoleh atau bertukar informasi melalui tanya jawab (Sugiyono, 2016). Wawancara dilakukan dengan alat bantu berupa kuisioner yang telah dipersiapkan sebelumnya. Pertanyaan yang akan diberikan kepada para narasumber mengenai bagaimana keadaan penjualan pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung dan juga pembelian daging ayam oleh konsumen di Pasar Tugu sebelum dan

selama masa pandemi Covid – 19. Untuk memenuhi data yang diperlukan, maka responden pedagang harus telah berjualan dari sebelum adanya pandemi Covid – 19 yaitu bulan Maret 2020 sampai saat ini, begitu juga dengan narasumber pembeli daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu harus yang pernah membeli daging ayam sebelum adanya pandemi ini. Metode *recall* akan dilakukan pada saat wawancara kepada para narasumber. Teknik *recall* atau memanggil memori yang telah ada sebelumnya setelah mengamati sesuatu yang spesifik dan seluruh bahan yang telah dipelajari atau rangsangan yang telah diterima (Notoadmojo, 2003).

E. Metode Analisis Data

1. Perbedaan Pembelian Daging Ayam Ras Pedaging Sebelum Pandemi dan Selama Pandemi Covid – 19.

Adanya pandemi Covid – 19 mengakibatkan sebagian konsumen daging ayam mengurangi intensitas pembelian daging ayam di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung. Hal tersebut dikarenakan banyak konsumen yang takut pada penyakit Corona yang penyebaran sangat mudah. Oleh karena itu, mereka memilih untuk membeli secara *online* atau membeli di pasar modern yang lebih terjamin kebersihannya. Untuk melihat bagaimana perbedaan pembelian konsumen daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Teknik deskriptif kualitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk kata – kata atau kalimat. Teknik deskriptif kualitatif memiliki tiga komponen, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

a. Reduksi data

Reduksi data merupakan teknik yang dilakukan untuk mempertegas, memperpendek, memfokuskan, membuang hal yang tidak diperlukan dan mengatur data, agar dapat menarik kesimpulan.

b. Sajian data

Sajian data adalah mengatur data agar memperoleh gambaran tentang seluruh data untuk memperoleh kesimpulan.

c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah mengambil kesimpulan dari data yang telah disusun sebelumnya yang merupakan jawaban dari suatu keadaan (Salsabilah, dkk., 2021).

2. Analisis Struktur Biaya

Analisis yang digunakan untuk mengetahui struktur biaya yang dikeluarkan oleh pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung adalah analisis biaya. Menurut Supardi dan Anwar (2004), biaya diartikan sebagai besaran uang yang harus dikeluarkan oleh produsen untuk membayar kegiatan produksi. Biaya merupakan pengeluaran yang tidak dapat dielakkan dalam mencapai suatu tujuan. Menurut Soekartawi (2003), biaya usahatani adalah seluruh biaya yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan usahatani. Biaya dibedakan menjadi dua, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya total merupakan jumlah dari keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam menghasilkan suatu produk. Biaya total dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Biaya Total (TC)} = \text{TFC} + \text{TVC} \dots\dots\dots(12)$$

Keterangan:

TC = Biaya total (Rp).

TFC = Biaya tetap total (Rp).

TVC = Biaya variabel total (Rp).

Struktur biaya adalah susunan biaya yang harus dikeluarkan dalam menciptakan suatu barang atau jasa yang dapat dikonsumsi oleh orang lain. Struktur biaya dibedakan menjadi dua berdasarkan perilaku biayanya yaitu biaya tetap (TFC) dan biaya variabel (TVC) (Effendy, dkk., 2019). Struktur biaya biasanya dituliskan dalam bentuk persentase atau persen.

Untuk menghitung berapa persentase biaya dalam suatu usaha dapat dicari menggunakan rumus berikut (Kenamon, dkk., 2021):

$$P = \frac{NTFc \text{ atau } NTVC}{NTC} \times 100\% \dots \dots \dots (13)$$

Keterangan:

P = Nilai struktur biaya produksi (%).

NTFC = Nilai tiap komponen biaya tetap (Rp).

NTVC = Nilai tiap komponen biaya variabel (Rp).

NTC = Biaya dari total biaya produksi (Rp).

3. Analisis Pendapatan

Pendapatan adalah tujuan utama yang dilakukan dalam kegiatan penjualan daging ayam ras pedaging oleh pedagang di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung. Pendapatan merupakan selisih antara penerimaan total yang diterima dengan biaya total yang dikeluarkan dalam suatu usaha. Biaya adalah hasil kali antara harga pembelian suatu *input* dengan jumlah *input* yang dibutuhkan. Penerimaan total yang didapat merupakan hasil kali antara harga per produk dengan jumlah produk.

Untuk mengetahui pendapatan yang diterima oleh seorang produsen maka harus menghitung terlebih dahulu penerimaan produsen dalam menjual atau memasarkan produknya. Penerimaan total diartikan sebagai jumlah seluruh pendapatan yang dihasilkan dari penjualan suatu produk. Total penerimaan adalah hasil perkalian dari jumlah produk per unit yang berhasil dijual dikalikan dengan harga jual produk per unitnya. Menurut Mubyarto (1994), penerimaan total dirumuskan sebagai berikut.

$$\text{Penerimaan total (TR)} = P \times Q \dots \dots \dots (14)$$

Keterangan:

TR = Penerimaan total (Rp).

P = Harga (Rp).

Q = Jumlah produk (Rp).

Menurut Mubyarto (1994), analisis pendapatan dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$\text{Pendapatan } (\pi) = \text{TR} - \text{TC} \dots \dots \dots (15)$$

Keterangan:

- π = Pendapatan (Rp).
- TR = Total penerimaan (Rp).
- TC = Total biaya (Rp).

Kriteria:

- Total penerimaan > total biaya, maka usaha untung.
- Total penerimaan = total biaya, maka usaha berada pada titik impas.
- Total penerimaan < total biaya, maka usaha rugi.

4. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Daging Ayam Ras Pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung di Masa Pandemi Covid – 19

Metode yang digunakan pada tujuan ke empat adalah metode analisis regresi berganda. Regresi linier berganda adalah algoritma yang berguna untuk mengetahui pola suatu hubungan antara variabel terikat (*dependent*) yang dilambangkan dengan Y dengan dua atau lebih variabel bebas (*independent*) yang dilambangkan dengan X (Padilah dan Adam, 2019). Pada penelitian ini, model analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \dots \dots \dots (16)$$

Keterangan:

- Y = Pendapatan pedagang daging ayam ras pedaging selama pandemi Covid – 19.
- a = Intersep.
- $\beta_1 - \beta_4$ = Koefesien regresi variabel bebas.
- X_1 = Umur pedagang (Tahun).

- X₂ = Pengalaman usaha (Tahun).
 X₃ = Jumlah tenaga kerja (Orang).
 X₄ = Jam kerja (Jam).
 e = *Error*.

a. Pengujian Hipotesis Penelitian

1) Uji F (*F - Test*)

Uji F dilakukan untuk menentukan apakah variabel bebas memiliki pengaruh atau secara bersama – sama mempengaruhi variabel terikat. Uji F dilakukan juga untuk melihat model regresi yang ada dapat memprediksikan variabel terikatnya (Lind, dkk., 2014). Uji F dapat dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS 26 dan juga menggunakan rumus. Kriteria pengujian menggunakan IBM SPSS 26 dalam sebagai berikut:

- Jika probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,10 maka H₀ diterima.
- Jika probabilitas signifikan lebih besar dari 0,10 maka H₀ ditolak.

Uji F dilakukan menggunakan rumus berikut ini (Slamet, 2013).

$$F = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{(n-k-1)}} \dots\dots\dots(17)$$

Keterangan:

R² = Koefisien determinasi

K = Jumlah variabel *independent*

n = Jumlah sampel

2) Uji T (*T - Test*)

Uji T biasa dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh masing – masing variabel bebas pada variabel terikat (Lind, dkk,

2014). Uji T pada penelitian ini sebesar 10% atau 0,10, sehingga kriteria pengujian dengan menggunakan IBM SPSS 26 adalah sebagai berikut:

- Jika probabilitasnya signifikansi lebih kecil dari 0,10 maka H_0 diterima.
- Jika probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,10 maka H_0 ditolak.

Uji T dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut (Slamet, 2013).

$$T = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \dots \dots \dots (18)$$

Keterangan:

T = Nilai t – hitung

n = Jumlah responden

r = Koefisien korelasi hasil r hitung.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menentukan apakah ada normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas dalam model regresi. Model regresi linier disebut model yang baik jika model memenuhi beberapa asumsi klasik, yaitu data residual berdistribusi normal, tidak ada multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Asumsi klasik harus dipenuhi, karena untuk mendapatkan model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian yang dapat diandalkan (Purnomo, 2016).

1) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti variabel bebas berarti yang dalam model regresi memiliki hubungan linier sempurna atau hampir sempurna (koefisien korelasi tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang baik harusnya tidak ada korelasi sempurna atau hampir sempurna antar

variabel bebasnya. Konsekuensi dari multikolinearitas adalah koefisien korelasinya tidak pasti dan kesalahannya menjadi sangat besar. Cara mengidentifikasi adanya multikolinearitas dengan melihat nilai dari VIF dan *tolerance* dan membandingkan nilai determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi bersama (R^2). Metode pengujian multikolinearitas dengan melihat nilai VIF (*variance inflation factor*) dan *tolerance*, jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka data tersebut tidak mengalami multikolinearitas.

Metode yang digunakan adalah meregresikan setiap variabel bebas dengan variabel bebas lain, sehingga akan diketahui nilai koefisien r^2 untuk setiap variabel regresi. Selain itu, nilai r^2 dibandingkan dengan nilai koefisien determinasi R^2 . Kriteria pengujian dengan membandingkan nilai r^2 dengan nilai R^2 adalah sebagai berikut:

- Jika $r^2 > R^2$, maka terdapat multikolinearitas
- Jika $r^2 < R^2$, maka tidak terdapat multikolinearitas (Purnomo, 2016).

2) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama di semua pengamatan dalam model regresi. Regresi yang bagus seharusnya tidak mengalami heteroskedastisitas (Purnomo, 2016). Jika varian residual tetap atau konstan, artinya adalah residual homogen (homoskedastisitas) dan sebaliknya jika varian residual berbeda disebut heteroskedastisitas atau heterogen. Sesuai dengan uji asumsi klasik analisis regresi linier berganda, maka varians residual yang bersifat homogen atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat *scatterplot* antara nilai variabel dependen ZPRED dengan nilai residual

SRESID. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati ada tidaknya pola tertentu pada *scatterplot* antara ZPRED dan SRESID, dimana sumbu Y adalah sumbu yang diprediksi dan sumbu X adalah residual yang telah di *stuntized* (Lind, dkk., 2014).

5. Uji *T* – *Test* Berpasangan

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang ada berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas membutuhkan taraf nilai signifikansi yang berguna sebagai batas wajar kesalahan atau ketidaksesuaian sampel yang digunakan. Taraf signifikan biasanya terdiri dari tiga yaitu 1%, 5%, dan 10% dan dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan sebesar 10% atau 0,10. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,10 ($>0,10$) data yang ada berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi kurang dari 0,10 ($<0,10$), maka data yang ada tidak terdistribusi normal (Santoso, 2010).

Uji *T* berpasangan atau *paired sample t – test* merupakan metode uji hipotesis dengan data yang digunakan berpasangan. Ciri utama dalam metode ini adalah objek penelitian yang sama diberikan dua perlakuan yang berbeda. Uji *t* – berpasangan dapat juga diartikan sebagai metode pengujian hipotesis dengan menggunakan data yang tidak bebas. Data tidak bebas merupakan objek penelitian yang diberikan perlakuan yang berbeda yang akan menghasilkan dua jenis sampel dari perlakuan pertama dan kedua. Hasil sampel yang kedua adalah perubahan yang terjadi dari sampel yang pertama (Efendi dan Wardani, 2016). Rumus pengukuran uji *t*-berpasangan adalah sebagai berikut.

$$t_{hit} = \frac{\bar{D}}{\frac{SD}{\sqrt{n}}} \dots \dots \dots (19)$$

Dengan:

$$SD = \sqrt{Var} \dots \dots \dots (20)$$

$$\text{Var}(S^2) = \frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{x}) \dots \dots \dots (21)$$

Keterangan:

t = Nilai t hitung

\bar{D} = Rata-rata selisih pengukuran 1 dan 2

SD = Standar deviasi selisih pengukuran 1 dan 2

n = Jumlah sampel.

Kriteria keputusan:

Jika sig. > 0,10, artinya H_0 ditolak.

Jika sig. < 0,10, artinya H_0 diterima.

Hipotesis dari uji t-berpasangan adalah sebagai berikut:

$H_0 = \mu_1 - \mu_2 = 0$ atau $\mu_1 = \mu_2$

$H_1 = \mu_1 - \mu_2 \neq 0$ atau $\mu_1 \neq \mu_2$

H_1 menunjukkan bahwa selisih antara kedua rata – rata tidak sama dengan nol (Nuryadi, dkk., 2017).

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0 = \mu_1 - \mu_2 = 0$ artinya tidak terdapat perbedaan signifikan antara biaya penjualan dan pendapatan yang diterima pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung sebelum dan semasa pandemi Covid – 19.

$H_1 = \mu_1 - \mu_2 \neq 0$ artinya terdapat perbedaan signifikan biaya penjualan dan pendapatan yang diterima pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung sebelum dan semasa pandemi Covid – 19.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Keadaan Umum Kota Bandar Lampung

1. Keadaan Umum

Kota Bandar Lampung merupakan ibu kota dari Provinsi Lampung, terletak di wilayah yang strategis. Kota Bandar Lampung merupakan daerah transit perekonomian antar Pulau Jawa dan Pulau Sumatera. Selain itu, Kota Bandar Lampung merupakan pusat kegiatan perekonomian Provinsi Lampung. Hal ini menjadi hal yang menguntungkan untuk pertumbuhan Kota Bandar Lampung sebagai pusat perdagangan, pariwisata dan industri (BPS Kota Bandar Lampung, 2022).

Provinsi Lampung pada awalnya merupakan Keresidenan, pada tanggal 18 Maret 1964 ditingkatkan menjadi sebuah provinsi dengan Tanjungkarang – Telukbetung sebagai ibukotanya. Pada tanggal 17 Juni 1983, Kota Bandar Lampung dibentuk berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 1983 Kotamadya Daerah Tingkat II Tanjungkarang – Telukbetung namanya diubah menjadi Kotamadya Daerah Tingkat II Bandar Lampung. Sejak tahun 1999, Kotamadya Daerah Tingkat II Bandar Lampung berubah nama menjadi Kota Bandar Lampung (BPS Kota Bandar Lampung, 2022).

2. Geografi

Luas wilayah Kota Bandar Lampung adalah 197,22 Km², dan terletak pada ketinggian 0 – 700 meter di atas permukaan laut. Berdasarkan geografis, Kota Bandar Lampung berada di 5^o20' - 5^o30' lintang selatan dan

105⁰28' – 15⁰37' bujur timur. Secara administratif, Kota Bandar Lampung berbatasan dengan:

- Utara = Kecamatan Natar.
- Selatan = Teluk Lampung.
- Barat = Gedung Tataan dan Padang Cermin.
- Timur = Tanjung Bintang (BPS Kota Bandar Lampung, 2022).

Secara geografis, peta Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Peta Kota Bandar Lampung.

3. Topografi

Kota Bandar Lampung berada pada ketinggian 0 – 700 meter di atas permukaan laut yang terdiri dari topografi sebagai berikut:

- Daerah pantai berada di sekitar Teluk Betung Selatan dan Panjang.
- Daerah perbukitan berada di Teluk Betung Utara.
- Daerah dataran tinggi dan sedikit bergelombang berada di sekitar Tanjung Karang Barat, karena dipengaruhi oleh Gunung Balau dan perbukitan Batu Serampok di bagian timur selatan.

- Teluk Lampung dan pulau – pulau kecil di bagian selatan (BPS Kota Bandar Lampung, 2022).

Di tengah-tengah kota mengalir beberapa sungai seperti sungai Way Halim, Way Balau, Way Awi, Way Simpung di wilayah Tanjung Karang, Way Kuripan, Way Balau, Way Kupang, Way Garuntang, Way Kuwala mengalir di wilayah Teluk betung. Daerah hulu sungai berada di bagian barat, daerah hilir sungai berada di sebelah selatan yaitu di wilayah pantai. Luas wilayah yang datar hingga landai meliputi 60 persen total wilayah, landai hingga miring meliputi 35 persen total wilayah, dan sangat miring hingga curam meliputi 4 persen total wilayah (BPS Kota Bandar Lampung, 2022).

Sebagian wilayah Kota Bandar Lampung merupakan perbukitan, yang diantaranya yaitu: Gunung Kunyit, Gunung Mastur, Gunung Bakung, Gunung Sulah, Gunung Celigi, Gunung Perahu, Gunung Cerepung, Gunung Sari, Gunung Palu, Gunung Depok, Gunung Kucing, Gunung Banten, Gunung Sukajawa, Bukit Serampok, Jaha dan Lereng, Bukit Asam, Bukit Pidada, Bukit Balau, gugusan Bukit Hatta, Bukit Cepagoh, Bukit Kaliawi, Bukit Palapa I, Bukit Palapa II, Bukit Pasir Gintung, Bukit Kaki Gunung Betung, Bukit Sukadanaham, Bukit Susunan Baru, Bukit Sukamenanti, Bukit Kelutum, Bukit Randu, Bukit Langgar, Bukit Camang Timur dan Bukit Camang Barat (BPS Kota Bandar Lampung, 2022).

B. Keadaan Umum Pasar Tradisional Tugu

1. Gambaran Umum

Pada awalnya, Pasar Tugu merupakan pasar tempel yang ada di wilayah Tanjung Agung Raya. Namun seiring berjalannya waktu dan melihat adanya potensi daerah sekitar merupakan pemukiman penduduk, maka dibangunlah Pasar Tugu menjadi pasar. Pada tahun 1990 dibangun bangunan permanen, agar masyarakat dapat berjualan dengan nyaman.

Tahun 2013, bagian belakang pasar yang menjadi tempat berjualan para pedagang ikan dan daging direnovasi menjadi bangunan permanen (UPT Pasar Tugu, 2022). Namun pedagang tidak mau menempati tempat tersebut, karena tempatnya pengap dan mudah banjir. Oleh karena itu, banyak pedagang yang memilih untuk berjualan di area luar pasar.

Pasar ini menjual berbagai macam produk, baik produk kebutuhan primer sampai produk kebutuhan lainnya yang dibutuhkan oleh konsumen. Pasar ini buka setiap harinya. Pasar Tugu beralamat di Jl. Hayam Wuruk, Kelurahan Kampung Sawah, Kecamatan Tanjung Karang Timur. Pasar ini dibangun pada tahun 1990 dan selanjutnya dikembangkan oleh PT. Prahua Makmur Jaya. Pasar ini berdiri di tanah yang memiliki luas 7.059 m². Pasar Tugu juga memiliki beberapa fasilitas pendukung seperti Kantor UPT Pasar, musholla, kantor satpam, kamar mandi/WC umum, TPS sampah dan taman. Fasilitas pasar terbangun yang dimiliki Pasar Tugu antara lain, pada bagian lantai dasar terdapat 164 unit, lantai 1 147 unit, dan los amparan terdapat 672 unit (UPT Pasar Tugu, 2022).

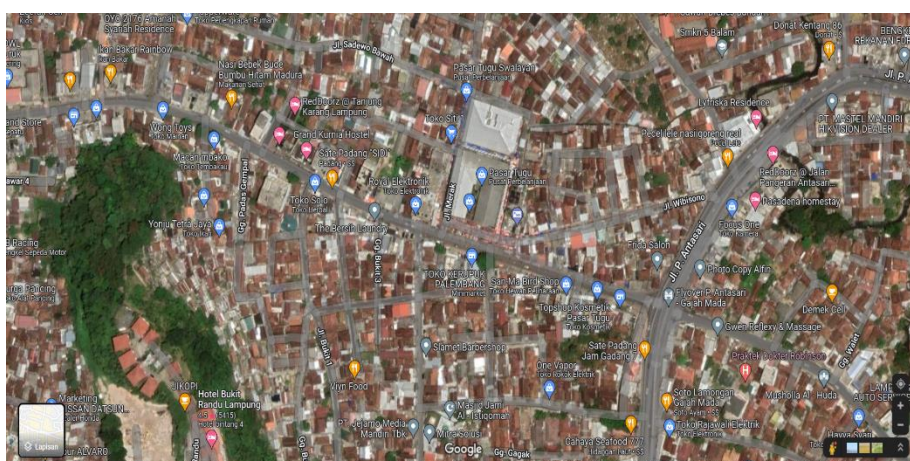


Gambar 4. Pasar Tugu Kota Bandar Lampung

2. Letak Geografis

Secara geografis, Pasar Tugu berbatasan dengan jalan – jalan yang menuju ke area permukiman masyarakat. Batas – batas geografis Pasar Tugu adalah sebagai berikut:

- Utara berbatasan dengan Jl. Sadewo Bawah dan permukiman penduduk.
- Selatan berbatasan dengan Jl. Hayam Wuruk.
- Timur berbatasan dengan Jl. P. Antasari dan Jl. Wibisono.
- Barat berbatasan dengan Jl. Merak.

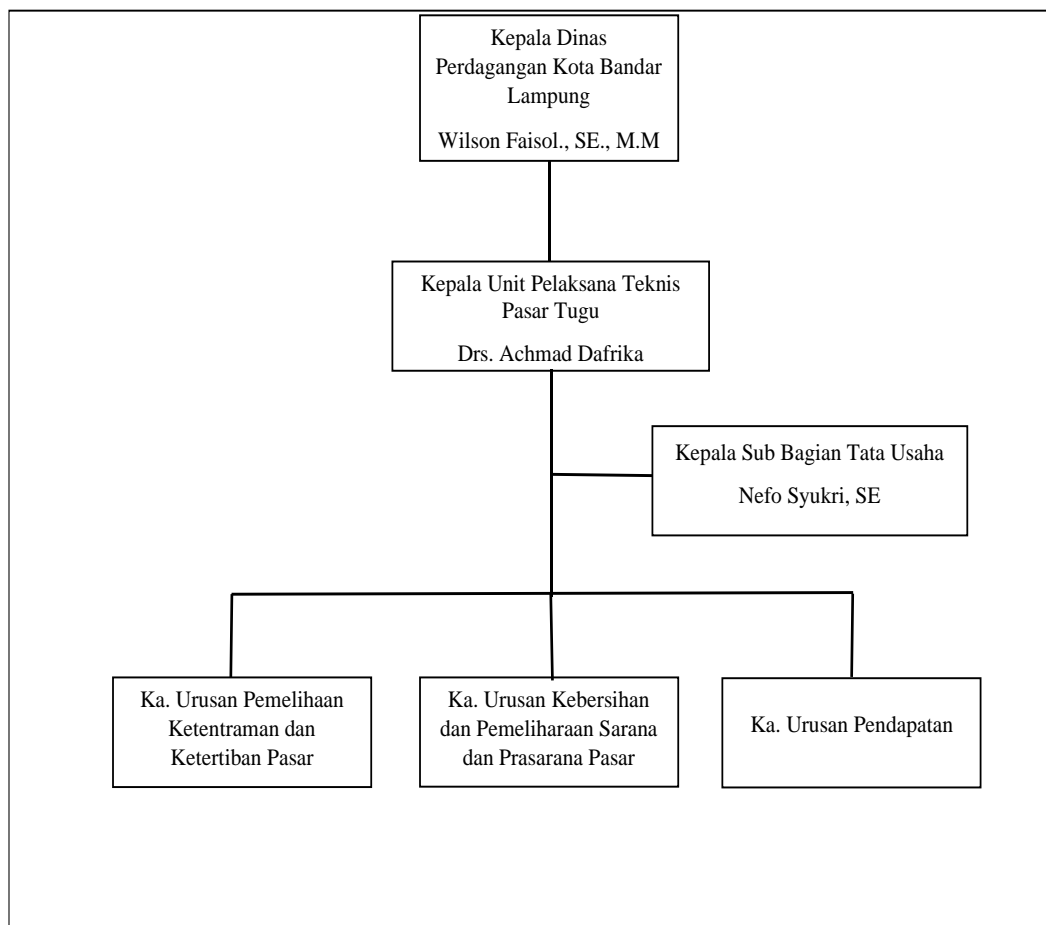


Gambar 5. Peta lokasi Pasar Tugu

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Pasar Tugu dikepalai oleh Kepala Unit Pelaksana Teknis Pasar yaitu Bapak Drs. Achmad Dafrika. Kepala UPT Pasar akan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas Perdagangan Kota Bandar Lampung. Dalam pelaksanaannya, Kepala UPT Pasar Tugu dibantu oleh Kepala Sub Bagian Tata Usaha yang memiliki peran dalam pengurusan kegiatan kantor pasar, seperti jika ada surat masuk atau surat keluar yang dibutuhkan. Selanjutnya terdapat bagian Ka. Urusan Pemeliharaan Ketentraman dan Ketertiban Pasar, bagian ini merupakan orang – orang yang menjaga keamanan pasar baik siang maupun malam hari. Selanjutnya adalah bagian Ka. Urusan Kebersihan dan Pemeliharaan

Sarana dan Prasarana Pasar merupakan bagian yang akan menjaga kebersihan pasar seperti mengambil sampah dari lorong tempat pedagang berjualan dan dikumpulkan pada tempat sampah umum yang berada di depan pasar. Terakhir adalah Ka. Urusan Pendapatan, yang mempunyai tugas mengatur uang sasar yang diambil dari para pedagang yang berjualan. Semua bagian ini akan bertanggung jawab langsung kepada kepala pasar (UPT Pasar Tugu, 2022). Struktur organisasi Pasar Tugu dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Gambar struktur organisasi Pasar Tugu.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Volume pembelian daging ayam ras pedaging semasa pandemi Covid – 19 oleh konsumen mengalami penurunan sebesar 7,98%. Sebelum pandemi, rata – rata pembelian sebesar 3,02 kg/rumah tangga dan semasa pandemi turun sebesar 0,24 kg/rumah tangga menjadi 2,78 kg/rumah tangga.
2. Biaya total pedagang daging ayam ras pedaging semasa pandemi mengalami penurunan 49,74% atau Rp39.045.917/bulan. Rata – rata biaya total pedagang sebelum pandemi sebesar Rp78.496.285/bulan dan semasa pandemi turun menjadi Rp39.450.368/bulan. Struktur biaya yang paling besar adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya variabel, biaya pasar, dan terakhir biaya penyusutan. Berdasarkan uji -t berpasangan, terdapat perbedaan nyata antara biaya total yang dikeluarkan pedagang sebelum pandemi dan semasa pandemi.
3. Pendapatan pedagang daging ayam ras pedaging di Pasar Tugu semasa pandemi turun sebesar 56,40% atau Rp9.299.083/bulan. Rata – rata pendapatan pedagang sebelum pandemi sebesar Rp16.487.049/bulannya dan semasa pandemi menjadi Rp7.187.965/bulan. Berdasarkan hasil uji – t berpasangan, terdapat perbedaan nyata antara pendapatan yang diterima pedagang daging ayam ras pedaging sebelum pandemi dan semasa pandemi Covid – 19.
4. Tenaga kerja dan jam kerja pedagang berpengaruh nyata terhadap pendapatan pedagang daging ayam ras pedaging semasa pandemi Covid – 19.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan hasil penelitian adalah:

1. Bagi dinas terkait, hendaknya memperbaiki bangunan khusus pedagang ikan dan daging yang sering mengalami banjir ketika hujan dan gelap, sehingga pedagang kembali berjualan di tempat seharusnya.
2. Bagi peneliti lain, disarankan untuk melakukan penelitian yang melihat bagaimana dampak pandemi terhadap ekonomi di bidang sosial ekonomi pertanian.
3. Bagi para pedagang kembali berjualan di bangunan yang telah disediakan untuk berjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A. 2021. Covid – 19 : Epidemiologi, Virologi, Penularan, Gejala Klinis, Diagnosa, Tatalaksana, Faktor Risiko dan Pencegahan. *JPPP*. Vol 3 (4) : 653 – 660. <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPPP/article/view/574/410>. Diakses pada 12 Desember 2021.
- Anggraeni, S. A, Prasmatiwi, F. E., dan Situmorang, S. 2018. Analisis Pendapatan dan Pemasaran Kakao di Kecamatan Bulok Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu – Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 6 (3) : 249 – 256. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3021>. Diakses pada 2 Januari 2022.
- Angraini, W. 2019. Pengaruh Faktor Modal, Jam Kerja dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus Pedagang Pasar Pagi Perumdam II Sriwijaya Kota Bengkulu). *Skripsi*, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu. Bengkulu. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/3403/1/WIKE%20ANGGRAINI.pdf>. Diakses pada 18 Agustus 2022.
- Arifin, Z. 2011. *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Astuti, R. 2018. Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Pedagang Sayuran di Pasar Tamin Kota Bandar Lampung. *Skripsi*. Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Astuti, R., Zakaria, W. A., dan Endaryanto, T. 2018. Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Pedagang Sayuran di Pasar Tamin Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu – Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 6 (3) : 288 – 295. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3026>. Diakses pada 2 Januari 2022.
- Azhari, R. 2021. Dampak Covid – 19 Terhadap Pendapatan Pedagang Buah Jeruk Manis di Pasar Tradisional Simpang Limun Medan. *Skripsi*. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan. <http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/15010/RIZKY%20AZHARI.pdf;jsessionid=057CA0C100C95811E3A9CA0ACCA40646?sequence=1>. Diakses pada 29 Mei 2022.

Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung 2022. *Kota Bandar Lampung Dalam Angka 2022*.
<https://bandarlampungkota.bps.go.id/publication/2022/02/25/0890a0fd32082cf574db32af/kota-bandar-lampung-dalam-angka-2022.html>. Diakses pada 22 Mei 2022.

Badan Pusat Statistik. 2020. *Produksi Daging Ayam Ras Pedaging Menurut Provinsi (Ton) 2018 – 2020*. <https://www.bps.go.id/indicator/24/488/1/produksi-daging-ayam-ras-pedaging-menurut-provinsi.html>. Diakses pada 10 Desember 2021.

Badan Pusat Statistik. 2021. *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2020*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>. Diakses pada 12 Desember 2021.

Bambang, S dan Kartasapoetra, G. 1988. *Kalkulasi dan Pengendalian Biaya Produksi*. PT. Bina Aksara. Jakarta.

Basuki, A. T. 2018. *Pengantar Ekonometrika (Dilengkapi Penggunaan Eviews)*. Katalog Dalam Terbitan. Yogyakarta.

Cholilawati dan Suliyanthini, D. 2021. Perubahan Perilaku Konsumen Selama Masa Pandemi Covid – 19. *J. Equilibrium*. Vol 9 (1) : 18 – 24.
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/4316>.
 Diakses pada 6 Januari 2021.

Dinar, M dan Hasan, M. 2018. *Pengantar Ekonomi : Teori dan Aplikasi*. CV. Nur Lina. Makassar.

Dinas Perdagangan Kota Bandar Lampung. 2022. *Pasar Tradisional di Kota Bandar Lampung*. Dinas Perdagangan Kota Bandar Lampung. Kota Bandar Lampung

Dirgahayu, M. dan Fatmariza. 2021. Perempuan Pedagang dan Kontribusinya dalam Ekonomi Keluarga (Studi di Pasar Baru, Nagari Pasar Baru, Kecamatan Bayang, Kabupaten Pesisir Selatan). *Journal of Civic Education*. Vol 4 (3) : 247 – 252.
<http://jce.ppj.unp.ac.id/index.php/jce/article/view/546/218>. Diakses pada 11 Juni 2022.

Efendi, J dan Wardani, D. 2016. *Debt Financing dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Bogor*. *Jurnal Al – Muzaa'ah*. Vol 4 (2) : 110 – 126. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jalmuzaraah/article/view/19703>. Diakses pada 5 Januari 2022.

- Effendy, E., Yusuf, M., Romano dan Safrida. 2019. Analisis Struktur Biaya Produksi dan Kesenjangan Pendapatan Petani Akibat Fluktuasi Harga Minyak Nilam. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. Vol 3(2) : 360 – 374. <https://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/view/199/102>. Diakses pada 20 Februari 2022.
- Firdaus, W. K., Wulandari, E., Rochdiani, D., dan Saidah, Z. 2021. Analisis Perbandingan Pendapatan Usahatani Kentang Sebelum dan Semasa Pandemi Covid – 19 di Kecamatan Kertasari, Kabupaten Badung. *Mimbar Agribisnis*. Vol 7 (2) : 1.100 – 1.110. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/mimbaragribisnis/article/view/5054/pdf>. Diakses pada 27 September 2022.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Gusti, I. M., Gayatri, S., Prasetyo, A. S. 2021. Pengaruh Umur, Tingkat Pendidikan dan Lama Bertani terhadap Pengetahuan Petani Mengenai Manfaat dan Cara Penggunaan Kartu Tani di Kecamatan Parakan. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*. Vol 19 (2) : 209 – 221. <https://ejournal.bappeda.jatengprov.go.id/index.php/jurnaljateng/article/view/926>. Diakses Pada 19 Agustus 2022.
- Harmayani, R., Kartika, N. M. A., dan Aditya, M. N. 2021. Dampak Covid – 19 Terhadap Pendapatan Penjual Daging Ayam di Pasar Sila Kota Bima. *JAS*. Vol 5 (2) : 124 – 131. <https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/JAS/article/view/666/640>. Diakses pada 2 Januari 2022.
- Herman. 2020. Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Jam Kerja Terhadap *Omzet* Penjualan Pedagang Kios di Pasar Tradisional Tarawang Kabupaten Jenepono. *Jurnal Penelitian Ekonomi*. Vol 1 (1) : 1 – 10. <http://eprints.unm.ac.id/19629/1/Jurnal%20Herman%2C%20S.Pd.pdf>. Diakses pada 3 Juli 2022.
- Hery. 2016. *Akuntansi Aktiva, Utang dan Modal, Edisi ke – 2*. Gava Media. Yogyakarta.
- Husaini, A. F. 2017. Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan. *Jurnal Visioner dan Strategis*. Vol 6 (2) : 111- 126. <https://journal.unimal.ac.id/visi/article/view/309>. Diakses pada 19 Agustus 2022.
- Indrawati, T dan Yovita, I. 2014. Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*. Vol 22 (1) : Halaman 1 – 8. <https://je.ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/2050>. Diakses pada 12 Desember 2021.

- Karmini. 2020. *Statistika Non Parametrik*. Mulawarman University Press. Samarinda.
- Karundeng, R. A., Katiandagho, T. M., dan Kapantow, G. H. 2021. Pendapatan Pedagang Pada Masa Pandemi Covid – 19 di Pasar Tanawangko Desa Borgo Kabupaten Minahasa. *Agri – Sosial Ekonomi*. Vol 17 (2) : 377 – 382. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jisep/article/view/33892>. Diakses pada 19 November 2021.
- Kenamon, A. A., Prasmatiwi, F. E., dan Marlina, L. 2021. Efisiensi Teknis, Struktur Biaya, dan Pendapatan Penangkaran Benih Padi Inbrida di Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 9 (4): 553 – 560. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5388>. Diakses pada 21 Februari 2022.
- Lind, A. D., William, G. M., dan Samuel, A. W. 2014. *Teknik – Teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi, Edisi 15*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mantra, I. B. 2004. *Demografi Umum Edisi Kedua*. Pustaka Belajar. Yogyakarta.
- Mita, Y. T., Haryono, D., dan Marlina, L. 2018. Analisis Pendapatan dan Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Usahatani Penangkaran Benih Padi di Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu – Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 6 (2) : 125 – 132. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/2777>. Diakses pada 3 Januari 2022.
- Mubyarto. 1994. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Pustaka LP3ES. Jakarta.
- Mulyatiningsih, E. 2011. *Riset Terapan Bidang Pendidikan & Teknik*. UNY Press. Yogyakarta.
- Mursyid dan Lamtana. 2020. *Dasar – Dasar Ekonomi Mikro*. BPFE. Yogyakarta.
- Nainggolan, H. L., Gulo, C. K., Waruwu, W. S. S., Egentina, T., Manalu, T. P. 2021. Strategi Pengelolaan Usahatani Kelapa Sawit Rakyat Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan STM Hilir Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. *Agro Bali : Agricultural Journal*. Vol 4 (2) : 260 – 275. <https://ejournal.unipas.ac.id/index.php/Agro/article/view/724>. Diakses pada 3 Juli 2022.
- Nayaka, K. W. dan Kartika, I. N. 2018. Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan Pengusaha Industri Sanggah di Kecamatan Mengwi. *E – Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. Vol 7 (8) : 1.927 – 1.956. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/view/38874>. Diakses pada 22 Agustus 2022.

- Noor, H. F. 2008. *Ekonomi Manajerial*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Notoadmodjo, S. 2003. *Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Nuryadi., Astuti, T. D., Utami, E. S., Budiantara, M. 2017. *Dasar – Dasar Statistik Penelitian*. Sibuku Media. Yogyakarta.
- Padilah, T. N. dan Adam, R. I. 2019. Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi di Kabupaten Karawang. *Fibonacci*. Vol 5 (2) : 117 – 128. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/fbc/article/view/3333>. Diakses pada 10 Februari 2022.
- Panjaitan, C. L., Katiandagho, T., dan Pangemanan, L. 2021. Analisis Pendapatan Pedagang Sayuran Sebelum dan Selama Masa Pandemi Covid – 19 di Pasar Lakessi Kota Parepare Sulawesi Selatan. *Agrirud*. Vol 2 (4) : 316 – 323. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/agrirud/article/view/33795>. Diakses pada 2 Januari 2022.
- Permendagri. 2007. *Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 42 Tahun 2007 Tentang Pasar Desa*. Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia. Jakarta.
- Prayoga, N. R., Sukmawani, R., Meilani, E. H. 2021. Dampak Pandemi Covid – 19 Terhadap Penurunan Volume Penjualan dan Pendapatan Pedagang Daging Ayam Broiler. *Agrivet*. Vol 9 (2) : 158 – 165. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/agrivet/article/view/1359/1141>. Diakses pada 28 Mei 2022.
- Purba, J. M. K. 2021. Dampak Covid – 19 Terhadap Pendapatan Pedagang Sayur di Pasar Induk Lau Cih Medan Tuntungan. *Skripsi*. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/32270>. Diakses 11 Januari 2022.
- Purnomo, R. A. 2016. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. CV. Wade Group. Ponorogo.
- Putra, I. E., Winarni, E., Tamtomo, H., Arif, M. 2021. Analisis Dampak Covid-19 terhadap Volume Penjualan, Penerimaan dan Pendapatan Pedagang Sayur Di Pasar Angso Duo Jambi. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*. Vol 5 (2) : 211 – 222. <https://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/iltizam/article/download/1007/518>. Diakses pada 5 Juli 2022.
- Putri, D. L., Ariyanto, A., dan Andi, D. 2021. *Buku Pengantar Ekonomi Mikro*. Penerbit Insan Cendekia Mandiri. Solok.
- Reksoprayitno. 2004. *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Bina Grafika. Jakarta.

- Rusli dan Zubaidah, S. 2015. Faktor Permintaan Konsumen Terhadap Daging Ayam *Broiler* di Kabupaten Bireuen. *Lentera*. Vol 15 (13) : 48 – 58. <http://jurnal.umuslim.ac.id/index.php/LTR1/article/view/680>. Diakses pada 5 Juli 2022.
- Sahid, A. S. 2018. Analisis Keputusan Pembelian Ayam Potong Segar (Studi di Pasar Pening, Kabupaten Mojokerto). *Skripsi*. Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya. Malang. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/13503/1/Ahmad%20Saifudin%20Sahid.pdf>. Diakses pada 5 Juli 2022.
- Salsabilah, J. A., Amaluddin., Cangara, A. S., Baso, A., dan Gosari, B. A. J. 2021. Analisis Sosial Ekonomi Pedagang Ikan Segar Pada Masa Pandemi Covid – 19 di TPI Rajawali Kota Makassar. *Journal Ponggawa*. Vol 1 (1) : 15 – 28. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/pongawa/article/view/13162/7155>. Diakses pada 2 Januari 2022.
- Santoso, S. 2010. *Statistik Multivariat*. PT. Alex Media Komputindo. Jakarta.
- Saputra, R. B. 2014. Profil Pedagang Kaki Lima (PKL) Yang Berjualan di Badan Jalan (Studi di Jalan Teratai dan Jalan Seroja Kecamatan Senapelan. *Jom Fisip*. Vol 1 (2) : 1 – 15. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/3122>. Diakses pada 12 Januari 2022.
- Sarina. 2020. Faktor – faktor yang mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Broiler (*Gallus domesticus*) di Kota Tarakan. *Skripsi*. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Borneo Tarakan. Tarakan. https://repository.ubt.ac.id/repository/1640202002_Sarina.pdf. Diakses pada 5 Juli 2020.
- Sarni dan Sidayat, M. 2020. Dampak Pandemi Covid – 19 Terhadap Pendapatan Petani Sayuran di Kota Ternate. *Prosiding Seminar Nasional Agribisnis 2020*. Halaman 144 – 148. <https://ejournal.unkhair.ac.id/index.php/semnasagribisnis/article/view/2460>. Diakses pada 12 Desember 2021.
- Savitri, T. I., Haryono, D., dan Saleh, Y. 2021. Analisis Struktur Biaya, Keuntungan dan Nilai Tambah Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah Sebelum dan Sesudah Covid-19. *Open Science and Technology*. Vol 1 (2) : 155 -165). <https://opscitech.com/journal/article/view/21>. Diakses pada 28 Mei 2022.
- Sazmi, R. M., Haryono, D., dan Suryani, A. 2018. Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Ikan Patin di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Ilmu – Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 6 (2) : 133 – 141. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/2778>. Diakses pada 3 Januari 2022.

- Siregar, D. H. 2021. Dampak Pandemi Covid – 19 Terhadap Pendapatan Petani Padi Sawah (Kasus: Desa Payabakung, Kecamatan Hampan Perak, Kabupaten Deli Serdang). *Skripsi*. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara. Medan.
<https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/34834>. Diakses pada 24 Januari 2022.
- Slamet, S. 2013. *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Umpo Press. Ponorogo.
- Soekartawi. 2003. *Prinsip Ekonomi Pertanian*. Rajawali Press. Jakarta.
- Soeratno. 2003. *Ekonomi Mikro Pengantar*. Bagian Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sukirno. 2002. *Makroekonomi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Supardi dan Anwar, S. 2004. *Dasar – Dasar Perilaku Organisasi*. UII Press. Yogyakarta.
- Suryananto, G. 2005. *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Konveksi*. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.
- Susilowati, M., Winarno, S. T., dan Yektiningsih, E. 2021. Dampak Pandemi Covid – 19 Terhadap Kondisi Ekonomi Pedagang Olahan Hasil Laut di Kecamatan Bulak, Surabaya. *Jurnal Ilmu – Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 6 (3) : 98 – 106. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/JIA/article/view/18168>. Diakses pada 2 Januari 2022.
- Sutaryo., Sabrina, D. S., Sagoro, L., dan Yang, N. 2020. *Buku Praktis Penyakit Virus Corona 19 (Covid – 19)*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Syahputra, J. D dan Prayitno, B. 2020. Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, Jumlah Pembeli Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Krian, Kabupaten Sidoarjo Pada Tahun 2019. *Economie*. Vol 2 (1) : 68 – 81.
<https://journal.uwks.ac.id/index.php/economie/article/view/1156>. Diakses pada 22 Agustus 2022.
- Syawaludin, M. 2017. *Islam dan Kesejahteraan Masyarakat : Siasat Usaha Pedagang Kaki Lima (PKL) Dengan Pemanfaatan Hubungan Komunitas PKL Muslim Pasar Suak Bato 26 Ilir di Palembang*. Rafah Press. Palembang.

- Tandidatu, C. J. M. 2018. Pengaruh Jam Kerja, Jumlah Pembeli, dan Lokasi Berdagang, Terhadap Pendapatan Pedagang Perempuan di Pasar Tradisional Blimbing Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. Vol 7 (1). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5231>. Diakses pada 22 Agustus 2022.
- Tim Kerja Kementerian Dalam Negeri Untuk Dukungan Gugus Tugas Covid – 19. 2020. *Pedoman Umum Menghadapi Pandemi Covid – 19 Bagi Pemerintah Daerah Pencegahan, Pengendalian, Diagnosis dan Manajemen*. Kementerian Dalam Negeri. Jakarta.
- UPT Pasar Tugu. 2022. *Profil Pasar Tradisional Tugu*. UPT Pasar Tugu. Bandar Lampung.
- Vrelisa, N. 2021. Pengaruh Tenaga Kerja dan Modal Terhadap Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Usaha Dangkal di Desa Pinang Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang. *Skripsi*. Program Studi Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/13113-Full_Text.pdf. Diakses pada 20 Agustus 2022.
- Wahyuningsih, N. U., Inanna., Nurdiana., Hasan, M., dan Tahur, T. 2020. *Buku Saku Ekonomi*. Universitas Negeri Malang. Malang.
- Widiana, I. W. A dan Wenagama, I. W. 2019. Pengaruh Jam Kerja dan Pengalaman Kerja Terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan Pekerja Pada Industri Genteng. *E – Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol 8 (7) : 772 – 804. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/view/50881>. Diakses pada 20 Agustus 2022.
- Wijayanti, I. D. S. 2008. *Manajemen*. Mitra Cendikia Press. Yogyakarta.
- Winardi. 2002. *Motivasi dan Pemotivasian Dalam Manajemen*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Windiyata, A. V., Haryono, D., dan Riantini, M. 2021. Struktur Biaya, Keuntungan, dan Nilai Tambah Agroindustri Gula Kelapa di Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 9 (2) : 206 – 211. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5077/3576> . Diakses pada 3 Juli 2022.
- Yulian, H. 2021. Dampak Pandemi Covid – 19 Terhadap Perubahan Nilai Tukar Petani Usahatani Padi Sawah (Kasus: Desa Medan Krio, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang). *Skripsi*. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara. Medan. <https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/37573/170304041.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Diakses pada 29 Mei 2022.