

DAMPAK COVID-19 TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI SIMPANG MATARAM BARU LAMPUNG TIMUR

Ari Hermawan¹, Bambang Suhada², Nani Septiana³
^{1*2,3} Universitas Muhammadiyah Metro, Metro, Indonesia

E-mail: arihermawan008@gmail.com^{1*}

Abstrak

Pendapatan pedagang pasar tergantung dari keadaan pasar atas pembeli yang ada. Covid-19 merupakan wabah pandemi yang hampir melumpuhkan aktivitas manusia seperti jual beli sehingga hal ini mempengaruhi pendapatan pada masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak dari pandemi covid-19 terhadap pendapatan pedagang tradisional di Pasar Simpang dan mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan oleh pedagang dalam mempertahankan usahanya. Penelitian dilakukan pada pedagang pasar simpang Mataram Baru dengan mengambil sampel sebanyak 60 pedagang. Instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah kuisioner. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis Uji beda (uji-t) menggunakan aplikasi SPSS. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan covid-19 terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat penurunan pendapatan selama adanya pandemi covid-19. Pembeli yang sebelumnya bebas masuk ke pasar tradisional tanpa adanya kekhawatiran menyebabkan pendapatan pedagang cukup besar. Akan tetapi saat terjadinya wabah covid-19 terjadi penurunan pendapatan yang drastis. Kebijakan pemerintah dengan menerapkan pembatasan kegiatan sosial dan ketakutan masyarakat terjangkit wabah covid-19 menyebabkan pembeli enggan ke pasar, akibatnya pasar sepi dan pendapatan menurun. Kemudian untuk mempertahankan pendapatan dan keberlangsungan ekonomi pedagang pasar maka ada beberapa strategi sebagai upaya pedagang untuk tetap bertahan di masa pandemi. Strategi tersebut terdiri dari strategi aktif, strategi pasif, dan strategi jaringan.

Kata Kunci: covid-19, pendapatan

PENDAHULUAN

Pasar merupakan tempat yang sangat penting bagi masyarakat. Pasar adalah tempat aktivitas masyarakat untuk melakukan jual beli demi mencukupi kebutuhan pokok sehari-hari. Biasanya para pedagang dan pembeli akan berkumpul di pasar untuk melakukan transaksi. Pasar sebagai pusat ekonomi dan perdagangan tentunya melibatkan orang banyak dan tidak dapat dihindarkan dari kerumunan. Hal ini menjadi suatu perhatian pemerintah terkait dengan penyebaran covid-19. Di satu sisi, pasar adalah tempat yang sangat penting dan tidak bisa untuk ditutup begitu saja. Menutup pasar sebagai pusat ekonomi rakyat akan melumpuhkan perekonomian baik berskala mikro maupun makro (Hanotubun, 2019). Di sisi lain, pasar juga tempat berkumpulnya orang-orang sehingga kerumunan secara massal dapat terjadi kapan saja, sehingga dapat menimbulkan penyebaran virus dengan cepat. Berbagai kebijakan pemerintah dalam membatasi aktivitas masyarakat pun dikeluarkan. Salah satu kebijakannya adalah dengan menerapkan pemakaian masker atau pelindung, mencuci tangan, dan menjaga jarak antara penjual dan pembeli. Tidak hanya itu, pada beberapa waktu lalu, pasar juga sempat ditutup karena lonjakan jumlah korban terjangkitnya virus terus meningkat.

Pandemi yang terjadi di tahun-tahun ini mengakibatkan kondisi perekonomian menurun. Pasar sebagai tempat berjualan bagi masyarakat, tentunya berpengaruh terhadap pola pemasaran dan pendapatannya selama covid-19. Pembatasan sosial dan peraturan protokol kesehatan yang ketat dari pemerintah menyebabkan pembeli enggan ke pasar. Selain itu, keresahan dan kegelisahan serta ketakutan masyarakat akan penularan virus corona menyebabkan mereka memilih belanja di warung yang dekat dengan rumah. Akibatnya, penjualan, pemasaran, dan pendapatan pedagang di pasar menurun.

Pendapatan merupakan suatu pendapatan uang yang diterima oleh para pelaku ekonomi berdasarkan dari prestasi kerja maupun usaha yang dilakukannya. Besar kecilnya pendapatan

tergantung dari jenis pekerjaan yang dilakukan seseorang. Para pedagang yang ada di pasar menerima pendapatan dari pembeli atas hasil penjualan barang jualan. Adanya pandemi yang terjadi menyebabkan pembeli menjadi berkurang dan pendapatan pedagang menurun.

Pendapatan pedagang tergantung dari tingkat sejauh mana para pedagang dapat bersaing pada tingkat harga, cara memasarkan, dan kualitas produk yang dipasarkan. Pedagang pasar yang menawarkan harga yang lebih murah akan menjadi serbuan pembeli. Pedagang yang memiliki prinsip bahwa keuntungan sedikit tetapi frekuensi lebih sering akan lebih menjanjikan pendapatan yang lebih besar dari pada menawarkan produk dengan harga mahal. Selain itu, cara memasarkan barang dagangan juga harus diperhatikan. Era digitalisasi yang serba canggih, dapat dijadikan suatu sarana pemasaran yang lebih efektif dan efisien contohnya adalah penggunaan media sosial. Media sosial sekarang ini banyak menyediakan fasilitas tempat berjualan di dunia maya. Kemudahan ini akan memberikan keuntungan yang lebih kepada pedagang karena lebih banyak pembelinya. Persaingan pedagang di pasar sudah menjadi hal yang wajar, karena pasar adalah tempat berkumpulnya para pedagang dan pembeli. Tidak heran bahwa kualitas produk menjadi salah satu unggulan yang dapat ditawarkan oleh pembeli. Produk yang memiliki kualitas yang baik, akan senantiasa menjadi pusat perhatian pembeli.

Sulitnya melakukan pemasaran, tawar menawar, dan mendapatkan pendapatan yang maksimal di tengah wabah pandemi covid-19 dirasakan oleh pedagang di seluruh pasar. Demikian halnya di pasar Simpang, Mataram Baru. Pasar ini merupakan pasar tradisional yang beroperasi mulai pukul 04.00-16.00 WIB. Masyarakat di Kecamatan Mataram Baru sebagian adalah pedagang sayuran, pedagang rempah-rempah, pedagang baju, pedagang sembako, dan keperluan masyarakat sehari-hari. Sebelum pandemi, pengunjung atau pembeli di pasar Simpang ini sangatlah ramai. Namun, pada masa pandemi yang terjadi pengunjung mulai jarang. Pembeli yang biasanya membeli barang kemudian mengobrol bersama, kini hanya membeli barang kemudian langsung pulang.

Berdasarkan hasil prasurvei di Lapangan terhadap 5 pedagang yakni pedagang sayur, pedagang rempah, pedagang ikan, pedagang Buah, dan pedagang sembako, menyatakan bahwa sejak adanya covid-19 ini pendapatan mereka menurun. Terlebih pada masa pembatasan sosial berskala besar dan *lockdown* menyebabkan pembeli sangat sepi. Tidak jarang dalam sehari mereka hanya mampu menjual satu hingga 3 barang saja. Kebijakan *lockdown* atau penutupan area menyebabkan kerugian yang besar pada pedagang. Kemudian, kondisi *new normal* memberikan harapan kepada para pedagang untuk memulai kembali aktivitas di pasar, dengan begitu pedagang dapat mengembalikan kondisi pendapatannya meskipun pendapatan yang diterima belum sesuai dengan target dan harapan seperti biasanya.

Pendapatan pedagang pasar tradisional di Simpang, Mataram baru sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 berdasarkan hasil wawancara dengan lima pedagang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Pendapatan Pedagang di Pasar Simpang Mataram Baru Tahun 2022

No	Nama Pedagang	Jenis Dagangan	Pendapatan Per Hari Sebelum Covid-19 (Rp)	Pendapatan Perhari masa Pandemi (Rp)
1	Asih Sulisty	Sayuran	Rp250.000	Rp100.000
2	Juminem	Sayuran	Rp300.000	Rp200.000
3	Lastri	Ikan	Rp200.000	Rp100.000
4	Waluyo	Rempah	Rp300.000	Rp200.000
5	Dasinem	Baju	Rp300.000	Rp200.000
6	Sri Martati	Buah	Rp150.000	Rp70.000

Sumber: Hasil Prasurvei Bulan Januari 2022

Menurut salah seorang pedagang Pedagang sayur mengakui bahwa sebelum pandemi, pendapatan rerata harian mereka mencapai 150.000, namun pada saat pandemi ini sepi pembeli sehingga pendapatannya menurun menjadi paling rendah Rp. 70.000. Keadaan ini juga dialami oleh pedagang rempah yang juga mengalami penurunan pendapatan dari Rp. 500.000 menjadi 200.000, pedagang ikan dari paling sedikit pendapatan sebelum pandemi mencapai 500.000 kini menjadi 200.000, pedagang buah dari 400.000 paling banyak sebelum pandemi dan sesudah pandemi menjadi 100.000. demikian halnya dengan pedagang sembako dari pendapat rata-rata Rp. 1.000.000 menurun menjadi Rp. 600.000

Dalam hal penjualan yang dilakukan sebelum pandemi berjalan dengan lancar, namun adanya pandemi pemasaran menjadi tidak stabil karena jarang ada pembeli. Selain itu, penerapan *lockdown* di beberapa tempat dan daerah menyebabkan pasokan barang susah untuk dicari. Pembeli dari luar daerah juga tidak bisa masuk ke pasar-pasar tradisional. Akibatnya, pendapatan para pedagang mengalami penurunan yang cukup signifikan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka peneliti tertarik untuk membahas lebih mendalam mengenai dampak covid terhadap pendapatan pedagang di pasar Simpang Mataram Baru dengan dalam judul “Pengaruh Harga, Media Sosial, dan kualitas produk terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Pasar Simpang, Mataram Baru Lampung Timur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Arikunto (2013: 27) bahwa “penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan angka-angka, mulai dari pengumpulan data penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan hasilnya.” Dari pendapat tersebut bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menghasilkan data berupa angka dan menyajikannya dalam bentuk pengolahan data secara kuantitatif, menganalisis dan mengambil kesimpulan dari pengolahan data tersebut. objek penelitian yang penulis ambil adalah pedagang yang berada di Pasar Simpang Kecamatan Seputih Mataram Provinsi Lampung objek penelitian ini adalah pedagang. Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh pandemi covid-19 terhadap pendapatan pedagang sebelum dan saat pandemi maka dilakukan analisis uji beda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah data dinyatakan berdistribusi normal maka selanjutnya adalah menguji hipotesis yang diajukan. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan rumus uji beda dengan program aplikasi SPSS versi 17.0. berikut adalah hasil pengujian yang dilakukan:

Tabel 2. Uji Beda Pendapatan Sebelum dan Saat Covid-19

	Mean	Paired Differences		t	df	(2-tailed)
		% Confidence Interval of the Difference				
		Lower	Upper			
Pendapatan_Sebelum_Covid - Pendapatan_Saat_Covid	248000	197596.024	298403.976	9.845	59	.000

Sumber hasil olahan data primer dengan software SPSS versi.17

Dari output di atas, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 9,845. Kemudian nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% dan derajat bebas (df) = $n-1 = 60-1 = 59$ sehingga diperoleh $t_{tabel} = 2,00$. Berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $(0,00) < 5\%$ sehingga H_0 ditolak maka, dapat dikatakan covid-19 memiliki pengaruh besar terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di Mataram Baru.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa terjadi perubahan pendapatan

pedagang sebelum dan saat pandemi Covid-19. Pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum terjadinya covid-19 masih relatif stabil dan mampu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun setelah terjadinya covid-19 pasar pendapatan pedagang tradisional banyak mengalami penurunan karena sepi konsekuensi. Pandemi covid-19 membuat masyarakat resah dan lebih memilih untuk tidak keluar rumah. Menurut pengakuan pedagang buah menyebutkan bahwa pada saat pandemi, konsumen yang membeli buah dipasar lebih sedikit dibandingkan dengan sebelum Covid-19. Begitu pula dengan pedagang tas dan aksesoris serta pakaian. Mereka mengeluhkan menurunnya omset dan penjualan barang sehingga pendapatannya juga menurun. Hal berbeda diungkapkan oleh pedagang sembako, meskipun omset dan pendapatannya menurun, tetapi penurunan pendapatan tidak terlalu banyak. Hal ini disebabkan karena sembako diperlukan oleh masyarakat meskipun dalam kondisi covid-19. Pembatasan kegiatan sosial dan kerumunan massa di pasar simpang menyebabkan banyak masyarakat lebih memilih untuk belanja di tempat yang terdekat.

Pendapatan pedagang tradisional juga mengalami penurunan karena adanya pandemi COVID-19, dimana Pendapatan pedagang sayuran semakin memperhatikan karena kekhawatiran masyarakat pada COVID-19 yang terjadi saat itu membuat banyak masyarakat yang lebih memilih untuk tetap *stay at-home* dari pada keluar rumah, dengan adanya pandemi ini membuat pendapatan lebih tidak terprediksi. Perubahan kebiasaan yang terjadi di pasar Simpang pada umumnya masyarakat lebih memilih berbelanja di toko terdekat dan belanja online dibandingkan dengan pasar tradisional Simpang. Padahal harga barang dipasar tradisional lebih murah dibandingkan dengan harga barang di pusat perbelanjaan ataupun di media online. Banyaknya konsumen yang beralih berbelanja ke toko menyebabkan pendapatan para pedagang menurun.

Dengan pendapatan yang semakin menurun dan kebutuhan yang selalu bertambah setiap harinya membuat para pedagang harus memutar otak bagaimana cara mereka bisa bertahan untuk menghasilkan pendapatan meskipun di masa pandemi Covid-19. Upaya-upaya yang dilakukan pedagang untuk mensiasati pandemi Covid-19 dalam usahanya yaitu:

Ibu Atun yang berjualan sayur menuturkan jika suaminya kini membantunya dengan berjualan sayur keliling memanfaatkan sepeda motor yang dimilikinya. Sebelumnya Ibu Atun berjualan sayur di pasar bersama suami, kadang anaknya pun ikut membantu. Namun sekarang Ibu Atun hanya berjualan bersama anaknya saja. Menurutny jika suami berjualan keliling pendapatannya bisa bertambah daripada hanya mengandalkan hasil pasar saja. Selain itu ia juga selalu menyiapkan stok dagangan di rumah untuk pelanggan tetapnya (Atun, 2021).

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

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

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

Selain dorongan ibadah, seorang muslim juga dapat bekerja keras karena adanya keinginan untuk memperoleh imbalan atau penghargaan (reward) materiil dan nonmateriil seperti gaji atau penghasilan, karier dan kedudukan yang lebih baik serta pujian, dan sebagainya. Diperbolehkan juga

seorang muslim bekerja keras karena dia khawatir terhadap hukuman (punishment) yang akan diterima, baik hukuman tersebut berupa penghasilan yang berkurang, karier yang mandek, maupun jabatan yang rendah. Semuanya ini boleh dilaksanakan selama sesuai dengan ketentuan syariat Islam dan motivasi utama dia bekerja keras adalah karena melaksanakan perintah Allah SWT dan Rasulnya (Yusanto & Widjajakusuma, 2012: 114-116).

Di toko Hj. Suswati ternyata juga menerima sistem antar gratis dengan minimal pembelian, hal ini dilakukan untuk memuaskan pelanggan. Selain itu juga terkadang ada pemberian diskon atau potongan bagi pembeli yang selalu berlangganan di tokonya. Kemudian upaya selanjutnya yaitu menjaga kualitas pelayanan. Selain menjaga kualitas pelayanan, kualitas barang juga tentu harus diutamakan. Seperti yang dilakukan beberapa pedagang buah dan sayur. Mereka menjual barang sesuai dengan permintaan pembeli sehingga kualitas barang selalu terjaga.

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

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

Upaya pasif merupakan strategi bertahan hidup yang dilakukan dengan cara meminimalisir pengeluaran keluarga sebagaimana pendapat Suharto (2019: 31) yang menyatakan bahwa upaya pasif adalah upaya bertahan hidup dengan cara mengurangi pengeluaran keluarga (misalnya biaya untuk sandang, pangan, pendidikan dan sebagainya) (Mulawarman, et al., 2020). Seperti wawancara yang telah dilakukan dengan salah seorang pedagang buah bernama ibu Murti. Ibu Murti menuturkan bahwa ia mengalami penurunan pendapatan di masa pandemi sekarang ini, sehingga ia mengambil keputusan untuk mengurangi jumlah persediaan buah atau dagangannya. Hal itu dilakukan untuk meminimalisir kerugian akibat jumlah pembeli yang sepi. Selain itu jika dagangannya tidak habis terjual ia mengaku mau tidak mau harus mengonsumsi dagangannya sendiri sebelum mengalami pembusukan (Murti, 2021).

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

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

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat dikatakan bahwa upaya pasif merupakan upaya kedua yang dapat dilakukan setelah semua usaha dan potensi yang dimiliki dengan cara mengurangi persediaan barang dagangan, mengurangi kuantitas barang namun dengan harga yang tetap, dan lain sebagainya. Upaya yang dilakukan dengan cara memanfaatkan jaringan sosial (Mulawarman, et al., 2020). Upaya ini memanfaatkan hubungan contohnya hubungan yang baik antara pedagang dengan pembeli. Hubungan yang baik antara keduanya membuat pembeli menjadi langganan tetap bagi beberapa pedagang. Seperti Ibu Tia yang berjualan sayur, ia mengaku bahwa dirinya memiliki

beberapa pelanggan tetap yang membuatnya bisa bertahan sampai saat ini. Karena kebetulan pelanggan tetap tersebut ada yang mempunyai warung atau pembeli yang sudah kenal lama dan biasa belanja kebutuhan sayur pada Ibu Tia (Tia, 2021).

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

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

Ilmu pengetahuan dan teknologi sejatinya selalu berkembang seiring jalannya zaman. Lahirnya model dan penemuan baru merupakan buah dari hasil bacaan dan kajian yang dilakukan oleh manusia untuk mewujudkan kehidupan yang lebih baik. Hal yang dapat menyempurnakan kemaslahatan adalah impian seluruh umat, dimana di dalamnya adalah efisiensi, kecepatan, terampil, kreatif, dan inovatif sehingga seluruh kebutuhan dapat didistribusi secara cepat dan tepat (Yusuf, et al., 2019: 10-13).

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

Di pasar, seorang pedagang dengan pembeli tentu harus menjalin hubungan yang baik tentunya hal ini dilakukan agar bisa saling menguntungkan diantara keduanya, apalagi di masa pandemi seperti saat ini. Dari pemaparan tersebut, dapat dikatakan bahwa upaya jaringan merupakan upaya yang digunakan selanjutnya jika upaya sebelumnya masih belum cukup untuk mengatasi masalah yang dihadapi. Dari ketiga macam upaya tersebut bisa diketahui bahwa pedagang pasar Simpang telah melakukan berbagai cara untuk tetap bertahan di masa pandemi Covid-19. Pandemi ini merupakan musibah yang dialami bukan hanya di Indonesia saja tetapi juga beberapa negara di dunia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan covid-19 terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat penurunan pendapatan selama adanya pandemi covid-19. Pembeli yang sebelumnya bebas masuk ke pasar tradisional tanpa adanya kekhawatiran menyebabkan pendapatan pedagang cukup besar. Akan tetapi saat terjadinya wabah covid-19 terjadi penurunan pendapatan yang drastis. Kebijakan pemerintah dengan menerapkan pembatasan kegiatan sosial dan ketakutan masyarakat terjangkit wabah covid-19 menyebabkan pembeli enggan ke pasar, akibatnya pasar sepi dan pendapatan menurun.

Kemudian untuk mempertahankan pendapatan dan keberlangsungan ekonomi pedagang pasar maka ada beberapa upaya sebagai upaya pedagang untuk tetap bertahan di masa pandemi. Upaya tersebut terdiri dari upaya aktif, upaya pasif, dan upaya jaringan.

DAFTAR PUSTAKA

Agustino, Leo. 2008. *Dasar-dasar Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.

- Ari Susanti Budi Istiyanto dan Muhammad Jalari. 2020. Strategi UKM Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Neolectura*. 1(2), h. 68-75.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan (Studi Kasus: Home Industry Saiyo Sakato Di Kenagarian Padang Laweh Kecamatan Koto Vii Kabupaten Sawahlunto Sijunjung). *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, Vol. 11, No. 2, h. 175-184.
- Hardilawati Wan Laura. 2020. Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*. 10(1).
- Hasniar. 2014. Analisis Pendapatan Pedagang Pasar di Desa Turuntalo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 1(3). 2335-2667.
- Nofiar. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk Perusahaan Studi Kasus Pada Pt Global Haditech. *Jurnal Pendidikan, Ekonomi Dan Bisnis*. Vol. 1 No.4.h.1-52.
- Toton dan Rauh, Wayan, I. (2014). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Nasi Goreng Pada Nasi Goreng Rico Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, No.1, h. 87-111.