

**OPTIMALISASI PERAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM
PENGEMBANGAN USAHA DI MASA PANDEMI COVID 19 (STUDI PADA PASAR
TAMBERU TIMUR SOKOBANAH SAMPANG MADURA)**

Moh. Ramin

Institut Agama Islam Al Khairat Pamekasan
mohromin93@gmail.com

ABSTRAK

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Kesadaran untuk membangun relasi menjadi hal mendasar dalam kehidupan pedagang, dengan menyiratkan hubungan sebagai bagian terpenting dari kehidupan personalnya. Pedagang memiliki tantangan pribadi untuk dapat mendinamisasi tempat kerja, bahkan ketika sikap hati-hati muncul pada situasi tertentu, tidak akan membuat hubungan dengan orang lain menjadi buruk. Upaya inilah disebut dengan perilaku asertif yang dilakukan dengan mengandalkan segala kemampuannya, dan mengendalikan sikap maupun perilaku dalam memposisikan diri di lingkungan sosialnya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*FieldResearch*). Melalui pendekatan metode deskriptif-kualitatif, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana optimalisasi peran pasar tradisional dalam pengembangan usaha dimasa pandemi covid 19. Sedangkan metode pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Kata kunci: *Optimalisasi Peran, Pedagang Pasar Tradisional, Pandemi Covid 19*

ABSTRACT

Traditional markets are places where sellers and buyers meet and are marked by direct transactions and usually there is a bargaining process. The awareness to build relationships is fundamental in the life of a trader, implying relationships as the most important part of his personal life. Merchants have a personal challenge to be able to dynamically in the workplace, even when the attitude of caution in certain situations, will not make relationships with other people bad. This effort is called assertive behavior which is carried out by relying on all its abilities, and controlling attitudes and behavior in positioning themselves in their social environment. This research is a type of field research (*Field Research*). Through a descriptive-qualitative method approach, this research was conducted to find out how to optimize the role of traditional markets in business development during the covid 19 pandemic. Meanwhile, the data collection method in this study was through observation, interviews, and documentation.

Keywords: *Role Optimization, Traditional Market Traders, Covid 19 Pandemic*

PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2020, para pejuang ekonomi di jalur ini dibayang- bayangi berita tentang penyebaran covid-19 yang salah satu dampaknya beberapa penerbangan dalam/luar negeri dihentikan sementara, tempat wisata ditutup. Berita tersebut sangat menghawatirkan para pelaku

UKM, dan benar-benar terjadi pada awal bulan April 2020. Jika UKM yang sudah mapan saja banyak yang gulung tikar, apalagi pelaku usaha yang hanya masuk kategori *home industri* kelas rendah.¹ Oleh karenanya Melalui pembangunan, pemerintah bermaksud meningkatkan kemakmuran masyarakat secara bertahap dan berkesinambungan, yaitu dengan cara meningkatkan konsumsinya. Karena peningkatan konsumsi sangat tergantung pada peningkatan pendapatan, dan peningkatan pendapatan sangat tergantung pada peningkatan produksi, maka sebagai pelaku ekonomi setiap anggota masyarakat selayaknya turut serta dalam proses pembangunan. Secara teoretis, bila semua ikut menghasilkan, maka semuanya akan ikut menikmati. Dengan demikian akan terwujudlah masyarakat yang adil dan makmur yang kita cita-citakan.²

Pasar Tradisional sebagai lokasi perdagangan merupakan salah satu pilar perekonomian. Melalui berbagai fungsi dan peran strategis yang dimiliki, pasar tradisional menjadi salah satu wadah atau sarana untuk mencapai kesejahteraan rakyat Indonesia. Fungsi dan peran tersebut tercermin dalam berbagai hal diantaranya pasar tradisional menjadi indikator nasional terkait pergerakan tingkat kestabilan harga kebutuhan sembilan bahan pokok. Untuk itu para ahli statistik dan instansi pemerintah melakukan monitoring setiap bulannya.

Pakpahan (2020) mengatakan wabah pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini mau tidak mau memberikan dampak terhadap berbagai sektor. Pada tataran ekonomi global, pandemi Covid-19 memberikan dampak yang signifikan pada perekonomian domestik negara-bangsa dan keberadaan UKM.³ Banyak diberbagai negara termasuk Indonesia yang didominasi oleh keberadaan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional juga terdampak secara serius, tidak saja pada aspek total produksi dan nilai perdagangan akan tetapi juga pada jumlah tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaannya karena pandemi ini. Dalam situasi pandemi ini, menurut Kemenkop UKM ada sekitar 37.000 UMKM yang memberikan laporan bahwa mereka terdampak sangat serius dengan adanya pandemi ini ditandai dengan: sekitar 56% melaporkan terjadi penurunan penjualan, 22% melaporkan permasalahan pada aspek pembiayaan, 15% melaporkan pada masalah distribusi barang, dan 4% melaporkan kesulitan mendapatkan bahan baku mentah. Masalah-masalah juga semakin meluas jika dikaitkan dengan adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diterapkan di beberapa wilayah di Indonesia.⁴

Upaya yang dilakukan pemerintah adalah mengalokasikan dana ratusan triliun demi menopang industri. Sejumlah insentif dan subsidi disiapkan guna menopang UMKM, dan korporasi swasta agar mampu bertahan menghadapi pandemi Covid19. Salah satu anggaran digelontorkan untuk penjaminan kredit modal kerja baru guna mendorong pertumbuhan sektor Usaha Mikro Kecil

¹Diana, D., & Laila, N. (2021, February). Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Makanan Sebagai Peluang Pendapatan di masa Pandemi Covid 19. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ* (Vol. 1, No. 1).

²Gunawan Sumodiningrat, *Membangun Perekonomian Rakyat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998). 139.

³Pakpahan, A. K. (2020). Menyelamatkan Penjualan Ritel di Tengah Pandemi Covid-19. *Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*, 1 (April), 5.

⁴Merah Guna et al., "Sosialisasi Digital Marketing Dan Inovasi Produk Pada UKM Gula Merah Guna Mempertahankan Ekonomi Di Masa Pandemi Covid-19" 1, no. 4 (2020): 311–17.

dan Menengah (UKM). Anggaran yang disiapkan untuk melakukan penjaminan tersebut adalah sebesar Rp. 125 triliun.⁵

Proses penurunan perekonomian yang berantai ini bukan hanya akan menimbulkan guncangan pada fundamental ekonomi riil, melainkan juga merusak kelancaran mekanisme pasar antara permintaan dan penawaran agar dapat berjalan normal dan seimbang. Mengingat bahwa aspek-aspek vital ekonomi yaitu *supply*, *demand* dan *supply-chain* telah terganggu, maka dampak krisis akan dirasakan secara merata ke seluruh lapisan atau tingkatan masyarakat.⁶

Peran pasar tradisional dari waktu ke waktu semakin menurun hingga sekarang. Berkurangnya peran pasar tradisional akan mengakibatkan hilangnya lapangan pekerjaan untuk masyarakat dengan perekonomian menengah ke bawah. Masyarakat Indonesia sebagian besar tergolong dalam ekonomi menengah kebawah, jadi seharusnya peran pasar tradisional kembali diaktifkan. Mengaktifkan kembali peran pasar tradisional, diharapkan mampu menggalakkan pembangunan ekonomi.⁷

Ada sebuah kekhawatiran selain dampak Pandemi Covid 19 pada masyarakat bahwa perilaku belanja masyarakat akan berubah dan akan mematikan usaha para pedagang kecil. Cukup banyak kalangan yang prihatin akan pembangunan pasar modern yang begitu pesat dan menyebabkan omzet para pedagang kecil (tradisional) menurun. Dengan keberadaan pasar modern ini pemerintah harus tanggap dan mampu membuat kebijakan-kebijakan yang berupa peraturan perundang-undangan dan diharapkan mampu untuk memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi, khususnya bagi pengaruhnya terhadap pasar tradisional. Oleh sebab itu, pemerintah pun membuat kebijakan berupa aturan-aturan yang mengatur tentang keberadaan pasar modern tersebut. Kebijakan pemerintah tersebut haruslah memberikan solusi kepada pasar-pasar tradisional, karena pasar tradisional mampu memberikan kehidupan bagi perekonomian, khususnya masyarakat kalangan bawah.

Saat ini Pasar Tradisional Tamberu Timur menjadi wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah, kecil, serta mikro yang sebagian besar merupakan produk hasil pertanian. Meskipun jumlah toko modern semakin meningkat seperti halnya Indomaret, Alfamaret, Basmalah, *Homastas*, Mart Belanja, Hamdalah dan toko besar lainnya yang tidak menerapkan konsep toko modern. Meskipun dari itu keberadaan Pasar Tradisional sebagai sarana penjualan produk-produk hasil pertanian sangat dibutuhkan oleh masyarakat menengah kebawah.

⁵Soetjipto, N. (2020).Melintasi Pandemi Covid-, Ketahanan UMKM Jawa Timur.

⁶Hafizah, G. D, Peran Ekonomi dan Keuangan Syariah pada Masa Pandemi Covid-, '*LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 1(1) (2020).57.

⁷Made Santana Putra Adiyadnya and Nyoman Djinar Setiawina, "Analisis Tingkat Efektifitas Dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin," *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 04 (2015): 265–81, <https://media.neliti.com/media/publications/44723-ID-analisis-tingkat-efektivitas-dan-daya-saing-program-revitalisasi-pasar-tradision.pdf>.

Kesadaran untuk membangun relasi menjadi hal mendasar dalam kehidupan pedagang, dengan menyiratkan hubungan sebagai bagian terpenting dari kehidupan personalnya. Pedagang memiliki tantangan pribadi untuk dapat mendinamisasi tempatkerja, bahkan ketika sikap hati-hati muncul pada situasi tertentu, tidak akan membuat hubungan dengan orang lain menjadi buruk. Upaya inilah disebut dengan perilaku asertif yang dilakukan dengan mengandalkan segala kemampuannya, dan mengendalikan sikap maupun perilaku dalam memposisikan diri di lingkungan sosialnya. Karakteristik pedagang seperti ini merupakan ciri khas yang menonjol, dan selanjutnya diwujudkan dalam perilaku sehari-hari di lingkungan pasar tradisional. Utamanya perilaku berkesadaran, yaitu dalam bentuk pembawaan diri pada lingkungan dinamis yang selalu berubah.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka perlu dilakukan kajian lebih lanjut melalui penelitian dalam rangka memberikan kesejahteraan kepada pedagang pasar tradisional di Pasar Tamberu timur, Kecamatan Sokobanah, Kabupaten Sampang. Untuk itu penulis tertarik dengan mengambil judul “Optimalisasi Peran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Pengembangan Usaha Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Dipasar TamberuTimur Sokobanah Sampang Madura)”.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan sebagai metode alamiah.⁸

Sedangkan Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ada 3 (tiga) cara, yaitu: wawancara (*interview*), observasi (pengamatan), dan analisis dokumentasi.⁹ Adapun jenis data yang akan digali lapangan, dengan mengacu pada tujuan penelitian. Yaitu, Data kegiatan pasar yang mencakup pedagang, dagangan, dan skala perdagangannya, Data Fasilitas Fisik dan lingkungan yang mencakup layout, fasilitas, kondisi fisik, situasi, dan lingkup pelayanan; Wawancara dengan nara sumber untuk mempertajam proses analisis. Sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara, Pengumpulan data sekunder baik dari instansi terkait maupun hasil studi yang pernah dilakukan tentang Pasar Tradisional di Tamberu Timur; *Survey* lapangan untuk memperoleh data fisik pasar, fasilitas, dan lingkungannya; Interview untuk mendapatkan informasi dari para pedagang, pengelola pasar atau pengamat pasar yang bersifat.

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dan dokumen berupa gambar maupun foto. Analisis data dalam penelitian kualitatif lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data dan setelah pengumpulan data.¹⁰

⁸Lexy j. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2011)6.

⁹Buna'i, *Buku Ajar, Metodologi Penelitian Pendidikan* (Pamekasan: STAIN Pamekasan Pres, 2006)101.

¹⁰Lexy j. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

Pasar tradisional yang masuk dalam kategori sangat berpotensi untuk memperoleh strategi pengembangan pasar tradisional sebagai aset pendapatan masyarakat yang megantungkan ekonominya pada Pasar Tradisional Tamberu Timur. Tanggung jawabnya sebaik mungkin. Apalagi melihat perkembangan zaman sekarang ini, dimana setiap organisasi perusahaan telah melakukan perluasan pasar guna mendapatkan keuntungan yang banyak. Semuanya itu perlu langkah strategis dan taktik yang tepat sehingga proses atau langkah yang diambil oleh pimpinan dapat dijalankan seefektif dan seefisien mungkin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Optimalisasi Peran pelaku pasar tradisional dalam pengembangan usaha pada masa pandemi covid 19 di pasar tradisional tamberu timur

a. Peran pedagang Pasar tradisional

Pada dasarnya permasalahan klasik pasar tradisional adalah kondisi pasar yang terlihat kumuh dan lemah dalam manajemen pengelolaannya, jika hal itu dibiarkan dan tidak segera ditanggapi oleh pihak pengelola pasar, bukan tidak mungkin pasar tradisional akan hilang dari peredaran di masyarakat dan posisinya tergantikan oleh pasar-pasar modern yang ada karena tidak mempunya dalam berkompetisi. Pemahaman tentang pasar, sejalan dengan teori Geertz bahwa “pasar” memberi akomodasi pada “*bazaar economy*”, Geertz mengasumsikan bahwa kata ‘pasar’ merupakan dialek lokal dari ‘bazaar’. Pasar dalam hal ini identik dengan pasar tradisional merupakan suatu pranata ekonomi dan sekaligus cara hidup, suatu gaya umum dari kegiatan ekonomi yang mencakup berbagai aspek dari suatu masyarakat, hingga aspek kehidupan sosial budaya secara lengkap. Berbagai produk atau barang dagangan diperjualbelikan di pasar tradisional, pangan, sandang, dan barang lain yang sebagian besar memiliki karakter mudah dipindah-pindahkan.¹¹

Peran pasar tradisional sebenarnya sangat vital bagi perekonomian nasional. Selain menjadi pondasi dasar perekonomian, pasar tradisional juga mampu digunakan untuk memaksimalkan hasil bumi yang dikelola oleh para petani. Untuk dapat menghidupkan kembali pasar sebagai aspek vital perdagangan, maka diperlukan sebuah penataan yang baik. Pasar harus mampu menjadi area transaksi perdagangan dengan manajemen yang jauh lebih baik dari sekarang agar mampu menghadapi persaingan global dengan pasar-pasar modern saat ini. Mulai dari manajemen *suplay* barang agar lebih lengkap, bersih dan nyaman, serta mampu menjadikan pasar tradisional sebagai area yang mampu membuat masyarakat datang.

Pemberdayaan pedagang kecil di pasar tradisional dapat dilakukan antara lain dengan membantu memperbaiki akses kepada informasi, permodalan, dan hubungan dengan produsen atau supplier (pemasok). Pedagang pasar tradisional perlu mendapatkan informasi tentang masa depan, ancaman dan peluang usahanya, serta perlunya perubahan sikap dan pengelolaan usahanya sesuai dengan perubahan tuntutan konsumen. Dalam kaitannya dengan produsen pemasok, pedagang pasar tradisional perlu dibantu dalam mengefisienkan rantai pemasaran

¹¹Aliyah, I. (2017). Pemahaman konseptual pasar tradisional di perkotaan. *Cakra Wisata*, 18(2).
ISSN: 2686-5637 // e-ISSN: 2807-9051

untuk mendapatkan barang dagangannya. Pemerintah dapat berperan sebagai mediator untuk menghubungkan pedagang pasar tradisional secara kolektif kepada industri untuk mendapatkan akses barang dagangan yang lebih murah.¹²

Pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia berdampak pada ketidakstabilan dalam perekonomian terutama pada UMKM. Pelaku UMKM merasakan dampak langsung berupa penurunan omset penjualan dikarenakan adanya himbauan pemerintah dan penerapan PSBB yang menghimbau masyarakat untuk tetap dirumah sehingga cukup banyak UMKM yang harus berhenti beroperasi untuk sementara waktu. Dalam kondisi seperti saat ini, banyak tantangan yang harus dihadapi oleh para pelaku UMKM. Untuk itu pelaku UMKM harus memiliki strategi untuk dapat bertahan di tengah pandemi ini dan dituntut untuk dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi yang terjadi., sehingga dapat mengubah tantangan yang ada menjadi peluang.

Terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan UMKM untuk dapat mempertahankan bisnisnya, yaitu (1) melakukan penjualan melalui *e-commerce*. (2) Melakukan pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi digital (*digital marketing*). (3) melakukan perbaikan kualitas produk dan kualitas serta jenis layanan. (4) Melakukan pemasaran hubungan pelanggan (*customer relationship marketing*).

Menurut hasil wawancara singkat dengan Ibu Maryam salah satu pembeli di Pasar Tamberu timur menyatakan bahwa peran pasar disini sangat penting, yaitu untuk menyediakan kebutuhan masyarakat khususnya masyarakat desa sekitar pasar yang memang membutuhkan barang kebutuhan sehari-hari seperti sayuran, buah-buahan, bahkan sampai kebutuhan sandang. Peran pasar sebagai penyedia kebutuhan masyarakat memudahkan mendapatkan barang yang diinginkan tanpa harus mendatangi tempat produsen. Selain itu, dengan adanya pasar maka dalam melakukan transaksi atau jual beli dapat dilakukan tawar-menawar sehingga terdapat kepuasan sendiri ketika membeli barang yang dibutuhkan. Begitu pula yang dirasakan Ibu Masriyeh, Bu Fatimah, dan beberapa pembeli lainnya juga menyatakan bahwa peran pasar adalah sebagai wadah penyedia kebutuhan yang mana masih bisa dilakukan tawar-menawar.¹³

Sedangkan menurut Mbak Juhairiyah, salah satu pedagang baju di Pasar Tamberu Timur menyatakan bahwa peran pasar bagi pedagang yaitu sebagai sarana penyedia lapangan pekerjaan guna memperoleh penghasilan dalam memenuhi kebutuhan. Begitu juga dengan penuturan Bapak Syaiful, Ibu Ida Fitriyah, Ibu Hamizah dan pedagang lainnya juga mengatakan bahwa pasar berperan sebagai sarana penyedia lapangan pekerjaan agar memperoleh penghasilan. Sedangkan menurut Ibu Masrifah, salah satu pedagang harian menyatakan bahwa pasar berperan sebagai sarana penyaluran hobi berbisnis/berdagang.

¹²Endi Sarwoko, 'Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang', Jurnal Ekonomi Modernisasi, 4(2)2008-, 97-115.

¹³ Wawancara dengan Ibu Maryam, Ibu Masriyeh, dan Ibu Fatimah, selaku pembeli di Pasar tamberu timur, 01 Februari 2021 pukul 08.00.

Adapun bagi Bapak Rahmad, Mbak Eniey, Bapak Samsul, Mbak Tipuk, Ibu Hamidah, dan Bapak Saipul Bahri menyatakan bahwa peran pasar bagi mereka adalah sebagai fasilitator dan juga pengelola untuk berjalannya kegiatan pasar yang dijalani dan dibutuhkan oleh para pedagang. Adapula menurut Bapak Herman, pasar berperan sebagai ajang untuk berinteraksi sosial atau bermasyarakat, sehingga terjalin hubungan pertemanan di tengah persaingan, khususnya hubungan dengan para pedagang.¹⁴

Penuturan Bapak H. Sinol selaku kepala desa Tamberu Timur, menyatakan bahwa peran pasar bagi desa Tamberu Timur merupakan pendapatan tambahan Desa khususnya retribusi atau pendapatan pasar. Selain itu, peran pasar bagi desa juga merupakan sumber Pendapatan Asli Desa. Sedangkan bagi pedagang, pasar berperan sebagai peningkatan ekonomi, khususnya bagi pedagang warga Tamberu Timur dan juga warga umum yang telah memiliki ijin dari desa. Begitu pula dengan Bapak Suryadi selaku koordinator administrasi pengelola Pasar Tamberu Timur. Beliau mengatakan bahwa bagi pengelola, pasar disini berperan sebagai wadah atau sebagai media kegiatan pengelolaan pendapatan desa khususnya Retribusi pasar yang merupakan Pendapatan Asli Desa.¹⁵

Biaya yang harus dikeluarkan oleh setiap pedagang untuk bea pasar itu sendiri ada yang Rp 1.000,- adapula yang Rp 2.000,-. Sedangkan untuk pengelolaan sewa lapak, pihak pengelola pasar hanya memberikan kebijakan pemungutan per tahun. Untuk satu tahunnya, sewa lapak satu blok sebesar Rp 2.500.000,- untuk diisi empat sampai delapan pedagang. Akan tetapi rata-rata untuk pengisian lapak dalam satu blok di Pasar Tamberu Timur hanya diisi untuk empat pedagang. Sehingga, rata-rata sewa lapak per tahunnya yaitu Rp 625.000,- per pedagang penyewa lapak. Sedangkan untuk lapak yang di selasar, biaya sewanya berkisar antara kisaran Rp 80.000,- sampai dengan Rp 150.000,-.

Dinamika pedagang realitasnya berawal dari ikatan-ikatan yang terbentuk dari hasil kontak personal di lingkungan pasar tradisional. Perspektif pertukaran ekonomi mengarahkan, bahwa terjadinya imbalan tidak seimbang, berkurang atau terhenti bisa melemahkan relasi dan komunikasi yang sudah terjalin, sehingga proses pertukaran itu sendiri bersifat kompleks. Hal ini sangat relevan dengan hasil studi Endrawanti dengan penyampaian beliau tahun (2015) yang menegaskan, bahwa ada beberapa fungsi ekonomi yang diperankan pasar tradisional antar lain: (1) pasar tradisional merupakan tempat berbagai lapisan masyarakat memperoleh barang kebutuhan dengan harga yang relatif terjangkau, karena seringkali harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan harga yang ditawarkan pasar modern; (2) pasar tradisional merupakan tempat yang relatif lebih bisa dimasuki oleh pelaku ekonomi lemah yang menempati posisi mayoritas, terutama yang bermodal kecil; (3) pasar tradisional merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah, lewat retribusi yang ditarik dari para

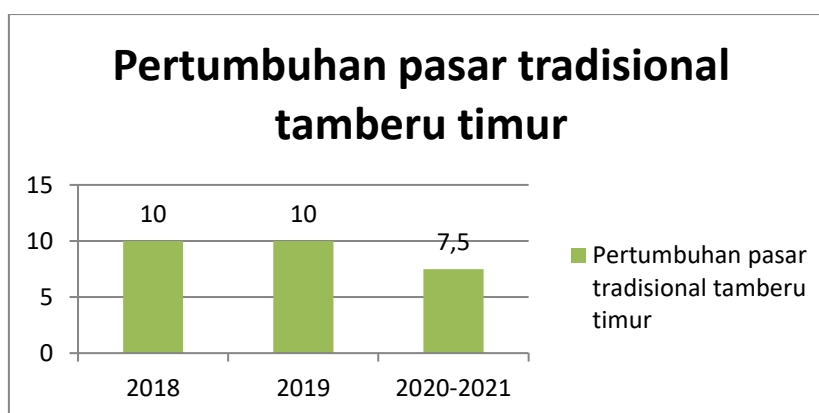
¹⁴ Wawancara dengan pedagang di Pasar Tamberu Timur, 20 Februari 2021 pukul 11.00.

¹⁵ Wawancara dengan Kepala Pasar Tamberu Timur 2018, 3 Juli 2018 pukul 14.25.

pedagang; (4) akumulasi aktivitas jual beli di pasar merupakan faktor penting dalam perhitungan tingkat pertumbuhan ekonomi baik pada skala lokal, regional maupun nasional.¹⁶

Hubungan ekonomis antar sesama pedagang pasar tradisional dengan saling meminjam uang atau memberikan hutang barang dagangannya dengan pedagang pasar lain yang cukup mereka kenal, Pembayaran dilakukan secepat mungkin dan tanpa bunga. Pada para pedagang yang tidak mereka kenal maka para pedagang tidak akan meminjam uang dan barang dagangannya.

Karakteristik Pasar tamberu timur mendapat respon positif karena sebanyak 70% dari total responden pengunjung Pasar tamberu timur menyatakan kondisinya yang tidak stabil. Sementara karakteristik Pasar tamberu timur ditinjau dari lokasi tempat tinggal pengunjung menunjukkan bahwa sebagian pengunjung yaitu sebesar 60% berasal dari luar desa/kecamatan sokobanah atau diluar kabupaten sampang dimana sebagian besar pengunjung merupakan tengkulak atau pedagang kecil. Hal tersebut diperkuat dengan data kuesioner segmen Pasar tamberu timur ditinjau dari matapencapaian pengunjung yang sebagian besar adalah tengkulak atau pedagang dengan prosentase 80% yang diikuti dengan matapencapaian sebagai ibu rumah tangga sebesar 20%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada grafik berikut:



Hal tersebut juga dipengaruhi karena semakin berkurangnya jumlah pembeli sehingga berdampak pada menurunnya omset penjualan dan pendapatan pedagang. Pedagang Pasar Tamberu Timur juga mengaku bahwa jumlah pembelinya juga berkurang <50% yaitu sebanyak 58 responden atau 62% dari total 94 responden pedagang Pasar tamberu timur. Sedangkan untuk pedagang Pasar Tlengerlebih memiliki respon yang positif. Berbeda dengan Pasar Tamberu Timur yang sebagian besar pedagangnya mengalami penurunan pendapatan dan jumlah pembeli, sebagian besar pedagang di Pasar Tamberu Timurmengaku bahwa pendapatan dan jumlah pembeli mereka dalam keadaan stabil. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada grafik berikut:

¹⁶Saudah, S. (2018). Kontekstasi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mempertahankan Relasi Sosial Dan Komunikasi. *ETTISAL: Journal of Communication*, 3(2), 131-142.



Dari data tersebut diketahui data kuesioner yang didapatkan dari total 54 responden yang berdagang di Pasar Tamberu Timur, 31 responden atau 57% diantaranya menyatakan bahwa pendapatan mereka tetap stabil ditengah maraknya pasar modern, 21 responden atau 39% lainnya menyatakan pendapatan mereka menurun kurang dari 50%, dan sisanya sebanyak 2 responden atau 4% mengaku pendapatannya menurun hingga lebih dari 50%. Sementara untuk ragam barang dan harga barang, hampir semua pedagang di kedua pasar tradisional tersebut menyatakan bahwa bahwa ragam dan harga barang yang mereka perdagangkan lebih lengkap dan lebih murah dibandingkan barang di pasar modern.

**Banyaknya Pasar Menurut Desa dan Jenis Pasar
di Kecamatan Sokobanah 2021**

Desa/Kelurahan	Pasar Umum	Pasar Hewan	Pasar Ikan
1	2	3	4
Tobai Barat			1
Tobai Tengah			1
Tobai Timur	1		
Bira Tengah	1	1	
Bira Timur			
Sokobanah Laok			
Tamberu Laok			
Tamberu Daya			1
Sokobanah Tengah			1
Sokobanah Daya			1
Tamberu Barat			
Tamberu Timur	1		
Jumlah	3	1	5

Sumber: Podes Kecamatan Sokobanah

Dari kesepuluh pedagang yang diwawancarai pada saat observasi pendahuluan, mereka mengeluhkan daya beli yang rendah. Hal ini ditunjukkan dengan adanya pendapatan pedagang mingguan yang lebih besar dibandingkan dengan pendapatan pedagang harian, seperti yang tercantum di dalam lampiran data informan pada karakteristik pedagang Pasar Tamberu Timur. Rata-rata pendapatan kotor pedagang harian hanya berkisar 150.000-250.000 per hari. Sedangkan pendapatan kotor pedagang mingguan rata-rata berkisar 400.000 sampai 500.000 per-hari. Sehingga menyebabkan sebagian besar pedagang lebih memilih berdagang di hari minggu.

Perbedaan operasi dagang dikarenakan pengunjung pasar di hari minggu jauh lebih ramai dibandingkan dengan hari-hari biasa. Sehingga omset atau pendapatan pedagang lebih besar di hari minggu dibandingkan dengan hari-hari biasa. Akan tetapi, berbeda dengan sebagian pedagang lainnya yang tetap bertahan untuk beroperasi setiap hari. Hal ini menunjukkan semangat kerja yang berbeda antara pedagang harian dan pedagang mingguan, sehingga perlu adanya motivasi. Berikut data jumlah pedagang harian dan mingguan di Pasar Tamberu Timur.

2. Upaya Melindungi Pasar Tradisional di Tamberu Timur Di Masa Pandemi Covid 19

Sebagai upaya untuk menjadikan pasar tradisional sebagai salah satu motor penggerak dinamika perkembangan perekonomian suatu kota, maka diperlukan adanya pasar yang dapat beroperasi secara optimal dan efisien serta dapat melayani kebutuhan masyarakat. Efisiensi dan optimasi pelayanan suatu pasar di antaranya dapat dilihat dari pola penyebaran sarana perdagangan, waktu pelayanan pasar, kondisi fisik pasar, jenis dan variasi barang yang diperdagangkan, dan sistem pengelolaan pasar (kelembagaan) pasar itu sendiri.¹⁷

Hal-hal yang bermasalah pada pasar tradisional (Sutiyanto, 2008) umumnya adalah:¹⁸

- a. Pasar tradisional merupakan infrastruktur ekonomi daerah, menjadi pusat kegiatan distribusi dan pemasaran.
- b. Keberadaannya kian menurun dengan berkembangnya pasarpasar swasta modern khususnya diperkotaan. Serbuan pasar modern dengan dukungan kekuatan modal besar, sistem dan teknologi modern, berhadapan langsung dengan pedagang pasar tradisional.
- c. Image pasar tradisional terkesan becek, kotor, kurang nyaman, dan fasilitas umum seperti parkir, toilet, tidak ada tempat pengelolaan sampah, fisik kurang terawat.
- d. Pasar tradisional kurang mampu berkompetisi dengan perpasaran swasta.
- e. Pasar tradisional lemah dalam manajemen dan kurang mengantisipasi perubahan.

Salah satu perubahan perkembangan yang terjadi saat ini yaitu berubahnya daerah pedesaan menjadi daerah urban (perkotaan) yang mengakibatkan munculnya pasar modern

¹⁷Andriani, M. N., & Ali, M. M. (2013) 'Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 2(2),- 252-269.2.2 (2013), 252–69.

¹⁸Fanani, F. (2013). Manajemen Strategi Pengelolaan ketertiban Pedagang Di Pasar Tradisional Jagir Surabaya. *Publika*, 1(3).

sebagai tuntutan masyarakat perkotaan yang cenderung lebih bersifat konsumtif. Munculnya pasar modern tersebut memberikan efek ganda bagi masyarakat maupun pemerintah. Di satu sisi masyarakat akan memiliki peningkatan taraf hidup yang dapat dinilai dengan peningkatan pembangunan sarana perekonomian yang berupa pasar modern tersebut, namun disisi lain hal itu akan menjadi sebuah ancaman bagi para pedagang kecil terutama para pedagang pasar tradisional. Pengaruh keberadaan pasar modern sangat kuat, sehingga tak jarang terjadi pro-kontra antara para pedagang di pasar tradisional, pasar modern, dan pemerintah.

Di sisi lain para pelaku usaha juga berusaha untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya yang seluruh proses mempertahankan tersebut secara sistematis, dan terukur sebagai suatu rencana bisnis. *Business Continuity Plan* (BCP) sendiri adalah strategi atau proses penyusunan sistem preventif dan kuratif dalam rangka mengurangi atau mencegah dampak terjadinya krisis terhadap aktivitas bisnis yang normal. Rencana strategis BCP menekankan pada fungsi sumber daya manusia atau sumber daya aset agar tetap berjalan di tengah-tengah krisis. Adapun krisis yang dimaksud adalah bencana alam, bencana kemanusiaan seperti peperangan, krisis moneter, krisis politik, krisis keamanan siber, dan krisis kesehatan seperti pandemi global. Tools yang digunakan dalam melakukan perencanaan bisnis berkelanjutan (BCP) bermacam-macam. Contohnya Anda dapat menggunakan *Ishikawa's fishbone*, VUCA, atau OODA loop. Pada dasarnya kegiatan BCP adalah mengidentifikasi masalah dan membuat kebijakan cepat dalam menghadapi masalah tersebut.¹⁹

Hal ini mengakibatkan perubahan pola transaksi di masyarakat, dimana sebelum Pandemi Covid-19, masyarakat terbiasa melakukan transaksi konvensional, lalu beralih menjadi transaksi berbasis internet dan elektronik yang disebut perdagangan elektronik (*electronic commerce* atau *e-commerce*). Produk yang banyak diperjualbelikan melalui *e-commerce* adalah produk kesehatan dan makanan.

3. Peran pelaku Pasar Tradisional dalam pengembangan usaha di Masa Pandemi Covid 19

Pandemi global yang terjadi pula di Indonesia membuat banyak pihak berupaya ikut berperan serta dalam mengatasi. Para dokter umum dan spesialis angkat bicara bersama guna memberi penjelasan singkat kepada masyarakat maupun imbauan agar menjaga kebersihan diri dan lingkungan sekaligus tak banyak keluar rumah.²⁰ Grace Natalie Louisa sebagai tokoh politik ikut mengucapkan tanggapan secara lisan berupa usulan kepada government Indonesia agar memberikan Bantuan Langsung Tunai (BLT) kepada warga yang menggantungkan hidup pada pendapatan harian serta melakukan tes Covid-19 secara gratis. Nahdlatul Ulama (NU) sebagai organisasi kemasyarakatan juga turut beraksi menanggapi dengan membentuk Satuan Tugas PBNU Cegah Covid-19. Salah satu hasil kerja yang dilakukan Satgas ini ialah protokol di

¹⁹Soetjipto, Melintasi Pandemi Covid-.

²⁰Adib Rifqi Setiawan and Wahyu Eka Saputri, "Pembelajaran Literasi Saintifik Untuk Pendidikan Dasar," *Media Penelitian Pendidikan: Jurnal Penelitian Dalam Bidang Pendidikan Dan Pengajaran* 14, no. 2 (2020): 144-52, <https://doi.org/10.26877/mpp.v14i2.5794>.

lembaga NU setiap tingkatan guna diberlakukan di setiap lembaga yang berafiliasi dengan NU. Protokol ini disiapkan sebagai upaya agar warga NU dan masyarakat secara luas dapat memahami tentang Covid-19, bisa mencegahnya agar tidak terinfeksi, serta tidak panik dalam menanggapi.²¹

Salah satu dampak pandemi Covid-19 ialah UMKM di Indonesia, berdasarkan data dari kementerian koperasi yang menggambarkan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemiantara lain produk kesehatan meningkat 90%, produk penunjang hobi naik 70%, makanan naik 350%, dan makanan herbal naik 200%.

Pedagang pasar tradisional harus bersedia berbenah diri agar tetap bertahan (*survive*), dapat berkembang, dapat bersaing dan tidak ditinggalkan konsumennya. Para pedagang dan pengelola pasar tradisional perlu melakukan introspeksi diri dengan melihat apakah selama ini pedagang telah memahami keinginan konsumen ataukah belum. Apakah persepsi pedagang selama ini sama dengan konsumen ataukah tidak mengenai faktor yang dipertimbangkan konsumen untuk berbelanja di pasar tradisional. Selain itu juga perlu diketahui apa yang dipertimbangkan konsumen sehingga memutuskan berbelanja di pasar tradisional maupun modern, sehingga dari sini akan dapat dianalisis variabel apa yang menyebabkan konsumen cenderung berbelanja di pasar tradisional, variabel apa yang menyebabkan konsumen cenderung berbelanja di pasar modern dan variabel apa yang sama-sama dipertimbangkan konsumen berbelanja di pasar modern maupun tradisional.

Setiap orang yang berbisnis pasti mengalami kesulitan, setiap kesulitan tersebut pasti ada solusi untuk menyikapi, maka dari itu sebagai penjual mereka harus siap menanggung kesulitan yang ada di dunia bisnis maka dari itu, untuk mengetahui solusi dalam menyikapi kesulitan dalam penjualan baju oleh Mbak Tipukselaku penjual baju di pasar Tamberu Timur, berikut hasil wawancaranya:

“Solusi yang pertama yaitu mempunyai kesabaran yang tangguh tidak mudah iri dengan sesama penjual baju, dan lebih rutin lagi dalam pemberian sadaqah kepada orang yang kurang mampu dan juga mengeluarkan zakat mal setiap tahun karena merupakan sebagian darinilai dasar keadilan. Dan harus telaten dalam melayani pembeli baik menyikapi pembeli yang sekedar tawar harga tanpa membelinya maupun pembeli yang menginginkan info detail bajunya meski terkadang dengan harga tawar yang rendah.”²²

Budaya pasar tradisional yang membentuk karakter pedagang dengan istilah idep-idep nyekel duit (yang penting memegang uang), sudah menjadi keharusan atau tuntutan pribadi. Hal ini dimaksudkan untuk berjaga-jaga apabila ada sesuatu yang mendesak atau kebutuhan diluar dugaan. Ketika terjadi situasi harga-harga naik secara mendadak, pedagang harus mencari solusi

²¹Thaha, A. F. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147-153.

²² Syarifatul Mar'ah, Penjual Baju, Wawancara Langsung, di Pasar Tamberu Timur (5 September 2020)

untuk tetap bisa berdagang. Ini merupakan ketahanan pribadi yang terus dipertahankan, mengingat kehadiran pedagang dalam situasi apapun di lingkungan pasar, menuntut untuk terus-menerus memperbaiki relasi sosial.²³ Hubungan timbal balik satu dengan lainnya diupayakan saling memberi pengaruh yang positif, sehingga dapat meramalkan secara tepat macam tindakan yang dapat dimunculkan terhadap pihak lain maupun sebaliknya. Simbol-simbol lokal juga mewarnai tingkat kualitas hubungan, seperti halnya kualitas kedekatan yang dibangun antarpedagang mampu memunculkan makna baru dengan istilah “pleki” (teman baik). Istilah tersebut identik dengan masyarakat Malang, yang juga biasa terdengar hampir seluruh pasar tradisional Kabupaten Sampang. Kekhususan yang dimunculkan tersebut menunjukkan, bahwa pedagang menganggap jaringan sosial sebagai persaudaraan yang mampu memberikan harapan dan kepercayaan.

4. Peran pemerintah untuk mengembangkan usaha bagi pelaku Pasar Tradisional

Untuk mengatasi beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pasar tradisional diperlukan peran pemerintah, sesuai laporan akhir tahun 2015 analisis arah pengembangan pasar rakyat oleh pusat kajian kebijakan perdagangan dalam negeri badan pengkajian dan pengembangan kebijakan perdagangan kementerian perdagangan mengatakan bahwa: Pasar rakyat merupakan salah satu wujud aplikasi ekonomi kerakyatan yang paling mendasar. Dimana transaksi ekonomi dilakukan oleh rakyat kebanyakan secara swadaya dengan mengelola sumber daya ekonomi yang tersedia, yang meliputi sektor pertanian, peternakan, kerajinan, makanan, dan lain sebagainya. Keseluruh kegiatan ekonomi tersebut berbasis masyarakat yang ditujukan untuk menghidupi dan memenuhi kebutuhan hidup tanpa mengeksploitasi sumber daya alam yang ada. Pasar tradisional merupakan basis ekonomi rakyat yang memiliki potensi besar dan mampu menggerakkan roda perekonomian. Dalam kondisi krisis pasar tradisional terbukti tetap bertahan dan mampu melayani kebutuhan dan memberikan pelayanan kepada masyarakat luas baik kalangan menengah ke bawah maupun menengah ke atas.²⁴

Ketua MPR RI Bambang Soesatyo menilai 14 ribu lebih pasar tradisional yang tersebar di berbagai wilayah sebagai jantung kehidupan ekonomi tak boleh mati beraktfitas akibat pandemi Covid-19. Terhentinya aktifitas pasar tradisional sama saja dengan memberhentikan detak denyut ekonomi rakyat. Agar aktifitas perdagangan di pasar tradisional tak terhenti, harus ada terobosan baru dari pemerintah. Strategi jangka pendek, misalnya, dengan membatasi aktifitas kunjungan. Sedangkan di jangka panjang, mendorong para pedagang pasar tradisional untuk melek teknologi melalui digitalisasi perdagangan secara virtual. Serta Pemerintah pusat dan daerah harus hadir memberikan dukungan sehingga bisa bergotongroyong memajukan para

²³Saudah, S. (2018). Kontekstasi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mempertahankan Relasi and Dan Komunikasi. *ETTISAL: Journal of Communication*, 3(2), 131-142..

²⁴Jumanah, J., Strategi Pemerintah Dalam Perlindungan Pasar Rakyat. *Jurnal Ilmiah, Niagara Vol, and X I No*, ‘Desember 2019. 189-195’.

pedagang tradisional. Jangan sampai aliansi maupun asosiasi pedagang pasar yang jumlahnya sangat banyak, malah berjalan sendirian tak didampingi pemerintah.²⁵



Data survei Badan Pusat Statistik pada tahun 2019 mencatat, dari 16.021 pusat perdagangan yang ada di Indonesia, 88,52 persen atau sekitar 14.182 merupakan pasar tradisional. Sementara sisanya terdiri dari toko modern sebesar 7,06 persen dan pusat perbelanjaan sebesar 4,42 persen. Jumlah pedagang di pasar tradisional di Indonesia lebih dari 12 juta. Hal ini menandakan besarnya pengaruh pasar perdagangan terhadap geliat perdagangan ekonomi nasional. “Pandemi Covid-19 telah memaksa seluruh aktifitas pertemuan tatap muka berkurang drastis. Digitalisasi menjadi sebuah keniscayaan. Begitupun terhadap para pedagang pasar tradisional. Pemerintah pusat dan daerah harus mulai menggalakan strategi jangka panjang membina para pedagang pasar agar melek teknologi.”

Keberadaan pasar tradisional merupakan salah satu wujud nyata kegiatan ekonomi masyarakat disuatu wilayah, untuk itu pemerintah daerah harus fokus terhadap keberadaan pasar tradisional sebagai salah satu sarana publik yang mendukung kegiatan ekonomi masyarakat dalam suatu wilayah. Untuk itu pemerintah daerah ada baiknya melakukan perencanaan penggunaan ruang wilayah dan perencanaan aktivitas pada ruang wilayah tersebut. Campur tangan dan perencanaan pemerintah adalah penting sekali di dalam menciptakan pengembangan dalam suatu daerah termasuk dalam pembangunan atau penataan pasar tradisional agar lebih banyak diminati oleh masyarakat sehingga keberadaannya tidak akan lenyap secara perlahan-lahan. Campur tangan tersebut akan mencapai hasil yang maksimum apabila terdapat koordinasi yang efektif dari berbagai lembaga yang ikut serta di dalamnya.

Kembali pada peluang dan tantangan bagi pelaku bisnis UMKM tahun 2020 yang saat ini terkena dampak wabah Covid 19, Presiden RI Joko Widodo dalam rapat Kabinet Indonesia Maju melalui video conference di Istana Merdeka, Jakarta pada Rabu 15 April 2020 telah meminta pada jajarannya agar pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terus diberi

²⁵<https://www.jawapos.com/nasional/01/07/2020/dampak-pandemi-covid-pedagang-pasar-tradisional-harus-melek-teknologi/>

peluang untuk memproduksi terutama di sektor pertanian, industri rumah tangga, warung tradisional dan sektor makanan dengan protokol kesehatan yang ketat, artinya peluang untuk menjalankan usaha bagi pelaku UMKM tetap diberikan perhatian penuh oleh pemerintah, Bapak presiden juga telah memerintahkan kepada Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati untuk membantu pelaku UMKM dalam bentuk fasilitas keringanan yakni subsidi bunga, penundaan pembayaran pokok, dan pemberian tambahan kredit modal kerja. Peluang lain untuk UMKM adalah berupa Pencanangan gerakan 100.000 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) *Go Online* secara bersama-sama di 30 kota atau kabupaten di Indonesia untuk menjadikan Indonesia sebagai Digital Energy of Asia. Gerakan ini bertujuan untuk memfasilitasi dan memberikan kesempatan pada UMKM di berbagai daerah untuk siap bersaing di pasar yang lebih luas.²⁶

Dalam hal ini, dapat diketahui bahwa peranan pasar tradisional sangat besar cakupannya dalam memberikan manfaat yang besar pula. Kesejahteraan masyarakat yang ikut terlibat di dalamnya seperti produsen, pedagang, pembeli, dan pemasok bahkan tukang parkir juga ikut terlibat dan sangat bergantung dari keberadaan pasar tradisional tersebut. Oleh sebab itu, peran aktif pemerintah sangat diharapkan dapat meningkatkan daya saing pasar tradisional terlebih dalam perdagangan yang semakin bebas sehingga nasib ribuan pelaku ekonomi yang ambil bagian di dalamnya dapat diselamatkan.

Selanjutnya, selain mendukung UMKM melalui sistem e-commerce, Presiden Joko Widodo saat memimpin rapat terbatas melalui telekonferensi dari Istana Merdeka, Jakarta, pada Rabu, 29 April 2020. Pemerintah menyiapkan lima skema untuk perlindungan dan pemulihan ekonomi bagi sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sejumlah skema yang juga termasuk program khusus bagi pelaku usaha ultramikro tersebut disiapkan dengan harapan agar pelaku UMKM dapat bertahan di tengah pandemi Covid-19, Skema tersebut adalah:²⁷

- a. Skema pertama diperuntukkan bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang masuk kategori miskin dan rentan terdampak Covid-19. Para pelaku usaha dalam skema tersebut diupayakan agar masuk sebagai penerima bantuan sosial dari pemerintah. "Kita harus memastikan bahwa mereka ini masuk sebagai bagian dari penerima bansos (bantuan sosial) baik itu PKH (Program Keluarga Harapan), paket sembako, bansos tunai, BLT (bantuan langsung tunai) desa, maupun pembebasan pengurangan tarif listrik dan Kartu Prakerja.
- b. Skema kedua, yakni skema mengenai insentif perpajakan yang berlaku bagi para pelaku UMKM dengan omzet di bawah Rp 4,8 miliar per tahun. Pemerintah telah menurunkan tarif PPh final selama enam bulan. Di sini pemerintah telah menurunkan tarif PPh final untuk UMKM dari 0,5 menjadi 0 persen selama periode enam bulan dimulai dari April sampai September 2020,

²⁶Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118-124.

²⁷Ekonomi and Borobudur.

- c. Skema ketiga adalah relaksasi dan restrukturisasi kredit UMKM. Skema ini meliputi penundaan angsuran dan subsidi bunga bagi para penerima KUR (Kredit Usaha Rakyat), UMI (Kredit Ultramikro), PNM Mekaar (Permodalan Nasional Madani Membina Keluarga Sejahtera), LPDB (lembaga pengelola dana bergulir), hingga penerima bantuan permodalan dari beberapa kementerian.
- d. Skema keempat, Pemerintah juga akan memberlakukan perluasan pembiayaan bagi UMKM yakni berupa stimulus bantuan modal kerja yang telah disiapkan. Pemerintah menyiapkan bantuan modal kerja darurat yang dirancang khusus bagi pelaku UMKM yang merasakan dampak Covid-19. Hingga saat ini, sudah terdapat 41 juta pelaku UMKM yang terhubung dengan lembaga pembiayaan maupun perbankan. Sementara masih terdapat 23 juta pelaku UMKM yang belum pernah mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan maupun sistem perbankan. Karena itu bagi UMKM yang bankable penyalurannya akan melalui perluasan program KUR sekaligus akan mendorong inklusi keuangan. Sedangkan bagi yang tidak bankable penyalurannya bisa lewat UMi, Mekaar, maupun skema program lainnya.
- e. Skema kelima, Melalui kementerian, lembaga BUMN dan pemerintah daerah akan bertindak sebagai penyangga dalam ekosistem UMKM, pada tahap pemulihan dan konsolidasi usaha setelah pandemi Covid-19. Contohnya BUMN atau BUMD menjadi offtaker (penyerap) bagi hasil produksi para pelaku UMKM baik di bidang pertanian, perikanan, kuliner, sampai di industri rumah tangga, Kepala Negara juga kembali mengingatkan jajarannya di daerah untuk melakukan realokasi anggaran dan mengarahkannya pada program-program stimulus ekonomi yang menyentuh sektor UMKM.

Dengan adanya kelima skema tersebut maka semua dukungan, langkah dan upaya yang dilakukan tersebut diharapkan pelaku UMKM mampu bertahan dan tetap menjalankan aktivitas produksinya baik selama maupun setelah pandemi Covid-19 berakhir di Indonesia dan di semua negara yang terserang wabah Covid 19.

5. Kesejahteraan Sosial pedagang pasar tradisional dimasa Pandemi Covid 19

Peranan pasar dan perdagangan sangat penting dalam meningkatkan pembangunan ekonomi, tetapi dalam perkembangannya belum memenuhi kebutuhan untuk menghadapi tantangan pembangunan nasional sehingga diperlukan keberpihakan politik ekonomi yang lebih memberikan kesempatan, dukungan, dan pengembangan ekonomi rakyat yang mencakup koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah sebagai pilar utama pembangunan ekonomi nasional. Aktivitas perdagangan, terdiri dari perdagangan luar negeri dan dalam negeri. Pengertian perdagangan dalam negeri adalah Perdagangan Barang dan/atau Jasa dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang tidak termasuk Perdagangan Luar Negeri. Sarana untuk melaksanakan perdagangan adalah pasar. Pasar desa dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014, disebut dengan istilah pasar rakyat. Selain pasar rakyat, sarana perdagangan yang dikembangkan oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah dan

pengusaha-wasta adalah pusat perbelanjaan, toko swalayan, gudang, perkulakan (grosir), pasar lelang dan pasar berjangka komoditi, dan sarana lainnya.²⁸

Pasar tradisional dapat dilihat pada keunikan hubungan antara pelaku pasar, yang membedakannya dengan pasar modern. Hal yang menarik bila masuk di pasar tradisional adalah cara tawar menawarnya. Di samping kebisingannya yang khas, senyum dan cemberut orang-orang yang akan masuk dan yang ada didalamnya. Riuh rendahnya tawar-menawar seakan menjadi 'roh' dinamika pasar. Hal-hal seperti itulah yang sangat membedakan pasar tradisional dengan pusat perbelanjaan modern. Banyak orang-orang tidak menyadari khasiat yang tersimpan dalam tawar-menawar dalam bidang ekonomi. Tawar-menawar sebenarnya mampu memberikan dampak psikologis yang penting bagi masyarakat. Setiap orang yang berperan pada transaksi jual-beli akan melibatkan seluruh emosi dan perasaannya sehingga timbul interaksi sosial, tawa, cemberut, bahkan otot-otot. Penjual dan pembeli saling mengukur kedalaman hati masing-masing lalu muncul pemenang dalam penetapan harga. Tarik tambang psikologis itu biasanya diakhiri dengan perasaan puas pada keduanya. Hal ini dapat menjalin hubungan sosial yang lebih dekat, para konsumen dapat menjadi para langgan tetap stan toko pada pasar tradisional.²⁹

Faktor sosial merupakan faktor-faktor yang terkait dengan bidang sosial pedagang, yaitu tingkat pendidikan, pengalaman berdagang dan umur. Sedangkan faktor ekonominya yaitu modal. Istilah "modal" dalam pemikiran ekonomi sebenarnya berarti sejumlah uang yang terkumpul, yang dapat diinvestasikan dengan harapan mendapat keuntungan di masa mendatang. Kemudian menurut Nuswantari yang dikutip oleh Pradipta, A. A., Prathiwa, G., & Wirawan, usia diartikan dengan lamanya keberadaan seseorang diukur dalam satuan waktu di pandang dari segi kronologik, individu normal yang memperlihatkan derajat perkembangan anatomis dan fisiologik sama. Serta para ahli juga mengatakan, pendidikan adalah aktivitas dan usaha manusia untuk meningkatkan kepribadiannya dengan jalan membina potensi-potensi pribadinya, yaitu rohani (pikir, karsa, rasa, cipta dan budi nurani). Kemudian pengalaman diartikan sebagai sesuatu yang pernah dialami (dijalani, dirasakan, ditanggung).³⁰

Dengan kata lain lingkup substansi kesejahteraan seringkali dihubungkan dengan lingkup kebijakan sosial. Sebagai atribut agregat, kesejahteraan merupakan representasi yang bersifat kompleks atas suatu lingkup substansi kesejahteraan tersebut. Kesejahteraan bersifat kompleks karena multidimensi, mempunyai keterkaitan antardimensi dan ada dimensi yang sulit direpresentasikan. Kesejahteraan tidak cukup dinyatakan sebagai suatu intensitas tunggal yang merepresentasikan keadaan masyarakat, tetapi juga membutuhkan suatu representasi distribusional dari keadaan itu dan disebut kesejahteraan sosial. namun tingkat kesejahteraan mencakup pangan, pendidikan, kesehatan, dan seringkali diperluas kepada perlindungan sosial

²⁸ 'Hanafie, S. R. M. J. (2016). Strategi Optimalisasi Pasar Desa Sebagai Pusat Pertumbuhan Ekonomi Desa di Kabupaten Pasuruan, *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 16.1 (2016), 61–82.

²⁹ Andriani, M. N., & Ali, M. M. (2013) Surakarta.

³⁰ Pradipta, A. A., Prathiwa, G., & Wirawan, I. G. P. N. (2016). Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional dan Sumber Daya Pedagang terhadap Kinerja Pedagang Pasar di Kota Denpasar. *E-Jurnal EP*, 5(4), 460-479.

lainnya seperti kesempatan kerja, perlindungan hari tua, keterbebasan dari kemiskinan, dan sebagainya.

KESIMPULAN

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Kesadaran untuk membangun relasi menjadi hal mendasar dalam kehidupan pedagang, dengan menyiratkan hubungan sebagai bagian terpenting dari kehidupan personalnya. Pedagang memiliki tantangan pribadi untuk dapat mendinamisasi tempat kerja, bahkan ketika sikap hati-hati muncul pada situasi tertentu, tidak akan membuat hubungan dengan orang lain menjadi buruk. Makadiperlukan Peran dari pelaku dalam mengembangkan pasar tradisional di masa pademi melalui optimalisasi layanan dapat dilakukan melalui beberapa cara, yaitu meliputi layanan fasilitas perdagangan, layanan kemudahan pembayaran kios/lapak dan retribusi, layanan kebersihan pasar, layanan keamanan, layanan parkir, layanan toilet, layanan fasilitas perbankan, layanan space iklan dan juga layanan bongkar muat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adib Rifqi Setiawan and Wahyu Eka Saputri, "Pembelajaran Literasi Saintifik Untuk Pendidikan Dasar," *Media Penelitian Pendidikan : Jurnal Penelitian Dalam Bidang Pendidikan Dan Pengajaran* 14, no. 2 (2020): 144–52, <https://doi.org/10.26877/mpp.v14i2.5794>.
- Aliyah, I. (2017). Pemahaman konseptual pasar tradisional di perkotaan. *Cakra Wisata*, 18(2).
- Andriani, M. N., & Ali, M. M. (2013) 'Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 2(2),- 252-269.2.2 (2013).
- Buna'i, Buku Ajar, Metodologi Penelitian Pendidikan (Pamekasan: STAIN Pamekasan Pres, 2006).
- Diana, D., & Laila, N. (2021, February). Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Makanan Sebagai Peluang Pendapatan di masa Pandemi Covid 19. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ* (Vol. 1, No. 1).
- Endi Sarwoko, 'Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang', *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 4(2)2008-.
- Fanani, F. (2013). Manajemen Strategi Pengelolaanketertiban Pedagang Di Pasar Tradisional Jagirsurabaya. *Publika*, 1(3).
- Gunawan Sumodiningrat, *Membangun Perekonomian Rakyat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998).
- Hafizah, G. D, Peran Ekonomi dan Keuangan Syariah pada Pada Masa Pandemi Covid-, 'LIKUID: *Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 1(1) (2020).
- Hanafie, S. R. M. J. (2016). Strategi Optimalisasi Pasar Desa Sebagai Pusat Pertumbuhan Ekonomi Desa di Kabupaten Pasuruan, *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*', 16.1 (2016).
- <https://www.jawapos.com/nasional/01/07/2020/dampak-pandemi-covid-pedagang-pasar-tradisional-harus-melek-teknologi/>

- Jumanah, J., Strategi Pemerintah Dalam Perlindungan Pasar Rakyat. *Jurnal Ilmiah, Niagara* Vol, and X I No, 'Desember 2019'.
- Lexy j. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2011).
- Made Santana Putra Adiyadnya and Nyoman Djinar Setiawina, "Analisis Tingkat Efektifitas Dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin," *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 04 (2015): 265–81, <https://media.neliti.com/media/publications/44723-ID-analisis-tingkat-efektivitas-dan-daya-saing-program-revitalisasi-pasar-tradision.pdf>.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2).
- Merah Guna et al., "Sosialisasi Digital Marketing Dan Inovasi Produk Pada UKM Gula Merah Guna Mempertahankan Ekonomi Di Masa Pandemi Covid-19" 1, no. 4 (2020):.
- Pakpahan, A. K. (2020). Menyelamatkan Penjualan Ritel di Tengah Pandemi Covid-19. Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 1 (April).
- Pradipta, A. A., Prathiwa, G., & Wirawan, I. G. P. N. (2016). Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional dan Sumber Daya Pedagang terhadap Kinerja Pedagang Pasar di Kota Denpasar. *E-Jurnal EP*, 5(4).
- Saudah, S. (2018). Kontekstasi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mempertahankan Relasi Sosial Dan Komunikasi. *ETTISAL: Journal of Communication*, 3(2).
- Saudah, S. (2018). Kontekstasi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mempertahankan Relasi and Dan Komunikasi. *ETTISAL: Journal of Communication*, 3(2).
- Soetjipto, Melintasi Pandemi Covid-.
- Soetjipto, N. (2020). Melintasi Pandemi Covid-, Ketahanan UMKM Jawa Timur.
- Syarifatul Mar'ah, Penjual Baju, Wawancara Langsung, di Pasar Tamberu Timur (5 September 2020)
- Thaha, A. F. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1).