

**STRATEGI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL SENIN BAROKAH  
ABADI KECAMATAN DOLOPO DALAM MEMPERTAHANKAN  
EKSISTENSINYA PADA MASA PANDEMI COVID-19 MENURUT  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**Mevianti Nur Rahma<sup>1</sup>, Amin Wahyudi<sup>2</sup>**

*Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*

email: rahmamevianti88@gmail.com<sup>1</sup>, aminwahyudi@iainponorogo.ac.id<sup>2</sup>

**Abstract**

*The purpose of this study was to determine the impact of the COVID-19 pandemic on traders in the traditional Monday blessing market, Dolopo District, their strategy in maintaining their existence during the COVID-19 pandemic according to the perspective of Islamic Economics. This research uses descriptive analysis method with a qualitative approach. The results of this study indicate that the occurrence of the COVID-19 pandemic has had a major impact on the economy of the traditional Monday blessing market, Dolopo District, starting from the income of traders, the number of buyers/consumers, and the number of goods sold. Furthermore, the survival strategy carried out by traditional market traders is the eternal blessing of Monday, Dolopo District by using SOAR analysis and also paying attention to the existence variable so that it can continue to run. Not only that, traditional market traders who are eternally blessed during the COVID-19 pandemic have also implemented a survival strategy for Muslim traders, namely by applying the principles of Islamic teachings such as the application of Siddiq, Amannah, Tabligh and Fatonah.*

**Keywords: Market Existence Market, COVID-19 Pandemic, Islamic Economy**

**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak pandemi COVID-19 terhadap pedagang di pasar tradisional senin barokah abadi Kecamatan Dolopo, strateginya dalam mempertahankan eksistensinya pada masa pandemi COVID-19 menurut perspektif Ekonomi Islam. Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian lapangan. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadinya pandemi COVID-19 memberikan dampak yang besar bagi perekonomian pasar tradisional senin barokah abadi Kecamatan Dolopo mulai dari penghasilan pedagang, jumlah pembeli/konsumen, dan jumlah barang yang terjual. Selanjutnya strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional senin barokah abadi Kecamatan Dolopo dengan menggunakan Analisis SOAR dan juga memperhatikan variabel eksistensi agar bisa terus berjalan. Bukan hanya itu, pedagang-pedagang pasar tradisional senin barokah abadi di masa pandemi COVID-19 juga menerapkan strategi bertahan pedagang Muslim, yakni dengan menerapkan prinsip-prinsip ajaran agama Islam seperti penerapan sifat *Siddiq, Amannah, Tabligh* dan *Fatonah*.

**Kata Kunci: Eksistensi Pasar, Pandemi COVID-19, Ekonomi Islam**

## **A. PENDAHULUAN**

Islam dapat dikatakan sebagai agama yang komprehensif, hal ini dikarenakan Islam tidak hanya agama yang berbicara mengenai aqidah tetapi didalamnya juga terdapat aspek muamalah yang terdiri atas nilai-nilai, etika, dan pedoman hidup secara lengkap. Dalam kegiatan bermuamalah, Islam mengatur interaksi antara manusia satu dengan manusia lainnya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari sehingga dalam pasar tradisional (Ain Rahmi, 2015:177). Pasar tradisional atau bisa disebut dengan pasar persaingan sempurna dapat dikatakan menjadi sektor perekonomian yang sangat penting bagi masyarakat Indonesia. Karena didalamnya ditandai adanya proses tawar menawar antara penjual atau pedagang dan pembeli secara langsung. Di Indonesia pasar tradisional merupakan tempat vital bagi masyarakat desa untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Dalam ilmu ekonomi, pasar selalu menjadi topik pembicaraan yang menarik dalam bisnis. Pentingnya pasar dalam Islam tidak lepas dari fungsi pasar itu sendiri sebagai tempat kegiatan perdagangan (Adanan Murroh Nasution, 2018:126). Sudah sejak 2 tahun ini kita semua mengalami dampak pandemi COVID-19 dan sangat berpengaruh pada kestabilan perekonomian pasar tradisional salah satunya pada pasar tradisional senin barokah abadi. Dampak yang dirasakan oleh pedagang besar, mulai dari turunnya jumlah penghasilan hingga berkurangnya konsumen yang datang ke pasar. Pedagang juga harus mengurangi stok barang yang dijual agar bisa habis semua.

Meski diterpa oleh pandemi, pasar tradisional harus tetap menjaga eksistensinya agar bisa bertahan melawan pandemi COVID-19. Strategi bertahan diperlukan pedagang pasar tradisional senin barokah abadi Kecamatan Dolopo agar terus bisa mempertahankan eksistensinya walau berada pada kondisi pandemi COVID-19. Selain itu, karena mayoritas pedagang adalah muslim maka dalam merancang strategi juga harus sesuai dengan ekonomi Islam. Sehingga penulis tertarik untuk menulis artikel ini.

## **B. TINJAUAN TEORI**

### **1. Konsep Pasar dalam Islam**

Pasar dalam pandangan Islam adalah zakat (hadiah) kepada umat (komunitas Muslim). Dalam Islam, pasar didefinisikan sebagai sarana pertemuan antara penjual dengan pembeli yang datang ke pasar atas permintaan kebutuhan tertentu untuk bertemu dengan penjual yang memproduksi berbagai barang yang sama (Dadang Mulyana, 2017:147). Dalam Islam pasar ditempatkan pada kedudukan yang penting dalam perekonomian, karena dapat digunakan sebagai katalisator hubungan transendental Muslim dengan Tuhan (Nur Rianto Al Arif, 2015:219), dengan kata lain pasar adalah perdagangan dalam ibadah Muslim dalam kehidupan ekonomi. Dalam Islam, Perdagangan atau jual sesuai dengan firman Allah Surat al-Baqarah ayat 275 yang artinya: *Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba* (Departemen Agama RI, 2009:47). Jadi, jual beli dikatakan mubah (boleh), yang diharamkan sesuai surat tersebut adalah melakukan *riba*. Demi mencegah pedagang dari melakukan apa yang dilarang oleh hukum Syariah, menghindari yang disebut *riba* dan akhirnya menjadi haram, maka segala bentuk aktivitas di pasar juga harus mematuhi prinsip-prinsip Syariah (Ahmad Yunadi, 2009:11).

Posisi pasar dalam Islam dinilai sebagai pengalokasian dan pendistribusian sumber-sumber ekonomi dengan menempatkan pasar pada posisi yang proporsional. Ajaran Islam menganggap pasar itu halal (legal) dan tempat berdagang yang baik. Dalam ekonomi Islam sistem di pasar tidak hanya ditujukan untuk umat Islam saja tetapi juga untuk semua pelaku pasar dan lingkungannya (Rozalinda, 2016:45). Islam juga melarang perdagangan barang haram yang dapat membawa mudharat bagi umat Islam.

### **2. Struktur Pasar Dalam Islam**

Struktur pasar juga dapat dikatakan Islami apabila struktur pasar tersebut didalamnya dapat menciptakan tingkat harga yang adil baik bagi penjual maupun bagi pembeli. Yang dimaksud keadilan harga adalah tidak merugikan penjual maupun pembeli dalam hal keuntungan penjual dan keuntungan pembeli. Pasar dalam Islam, pedagang perlu menciptakan mekanisme harga yang adil atau *fair price*. Struktur pasar Islam didalamnya juga mengandung prinsip kebebasan, termasuk pelaksanaan kegiatan ekonomi (Veithzal Rivai Zainal dkk, 2018:339).

Kebebasan ekonomi merupakan pilar pertama dalam struktur pasar dalam Islam. Kebebasan ini berdasarkan pada ajaran Islam, yang meliputi pertanggungjawaban dan kebebasan terkendali. Kebebasan dalam Islam tidak serta merta bebas seluas-luasnya namun dibatasi pada nilai syariah, sebagaimana dalam Surat An-Nisa ayat 29 (Siti Faizah H., 2019:28):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
 أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu”*.

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa segala kegiatan atau tindakan ekonomi dalam Islam itu dibolehkan salah satunya adalah jual beli (perdagangan) dengan menghindari praktek perjudian, riba, penimbunan, penipuan, *talaqqi rubban* dan pematokan harga (Siti Faizah H., 2019:28).

### **3. Pasar Tradisional dan Ciri-cirinya**

Pasar tradisional atau bisa disebut dengan pasar rakyat dalam Perpres No.112 Tahun 2007 adalah suatu pasar dimana tempatnya di bangun dan dikelola oleh pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) (Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007). Pada dasarnya pasar tradisional sama dengan pasar pada umumnya merupakan tempat bertemu antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli dalam bentuk eceran secara langsung dan ditandai dengan adanya kegiatan tawar menawar. Bangunannya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran yang dibuka oleh penjual (Anung Pramudyo, 2014:82), sedangkan yang dijual dalam pasar tradisional kebanyakan adalah kebutuhan sehari-hari seperti bahan pokok, makanan atau jajanan tradisional, buah, sayur, daging, kain dan pakaian, perabotan rumah tangga, dan lain-lain (Erly Juliyani, 2016:72-73).

Di kalangan masyarakat Indonesia keberadaan pasar tradisional sudah tidak asing lagi. Dalam pasar tradisional memiliki hubungan yang begitu erat antara pedagang dan konsumen untuk melakukan proses transaksi pertukaran baik pada suatu tempat maupun keadaan yang lain (Nita Zarotul Nisa, 2021:36). Jika ditinjau menurut hubungan penjual dan pembeli yang begitu erat, maka adapun ciri-ciri pasar tradisional antara lain:

- a. Adanya pedagang dan konsumen yang bertemu secara langsung dengan bertatap muka.
- b. Pelayanan pedagang pada konsumen dilakukan secara langsung.
- c. Proses pembayaran oleh pembeli kepada penjual juga dilakukan secara langsung tanpa perantara.
- d. Dalam pasar tradisional terdapat etika dalam melakukan transaksi antara pedagang dan konsumen yaitu adanya proses tawar menawar (Nita Zarotul Nisa, 2021:37).

Setiap pertemuan yang terjadi di pasar tradisional antara pedagang dan pembeli bukan hanya untuk tindakan pemenuhan kebutuhan semata, tetapi juga termasuk dari wujud tindakan sosial. Hal tersebut dapat diamati dari adanya interaksi yang terjalin antara penjual dan pembeli. Maka secara tidak langsung hal tersebut dapat menunjukkan bahwa pasar tidak hanya sebagai institusi untuk mencari keuntungan saja, akan tetapi juga memiliki makna sosial. Sehingga dapat dikatakan bahwa pasar bukan hanya memiliki fungsi ekonomi saja akan tetapi juga memiliki suatu fungsi sosial, budaya, bahkan juga politik (Yuniata Rusanti, 2018:12).

#### **4. Karakteristik Pedagang dalam Ekonomi Islam**

Istilah pedagang disebut juga penjual yang diartikan sebagai orang yang menjalankan kegiatan perdagangan, memperjualbelikan sejumlah barang atau produk yang tidak diproduksi sendiri tujuannya adalah untuk memperoleh keuntungan (Mudakir Iskandar Syah, 2008:111). Pedagang adalah seseorang yang melakukan kegiatan perdagangan dan menjadi sumber mata pencaharian sehari-hari. Kegiatan perniagaan berupa kegiatan pembelian barang untuk dijual kembali (Kensil dan Christine Kansil, 2008:15).

Dalam Islam pasar itu terdapat tata aturan, norma dan yang terkait dengan masalah pasar, oleh karenanya menjadi penting sebagai tempat perdagangan yang tidak hanya dilihat fungsi pasar secara fisik. Sehingga pasar tidak terlepas dari aturan ekonomi Islam yang dapat disebut sebagai mekanisme pasar menurut Islam. Konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun atas prinsip-prinsip, yaitu dasar kerelaan (*Ar-Ridhā*), persaingan sehat (*fair competition*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparency*) serta keadilan (*justice*) (Abdul Ghafur, 2019:10-11).

## **5. Strategi Bertahan Pedagang Dalam Menghadapi Masalah**

### **a. Strategi Bertahan (*Survival Strategy*)**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi dikatakan sebagai suatu rencana yang cermat mengenai suatu rangkaian acara untuk mencapai tujuan tertentu. Jika dilihat dari segi pemasaran, strategi adalah rencana untuk meningkatkan dampak pasar dalam jangka pendek dan jangka panjang berdasarkan riset pasar, penilaian, perencanaan produk, periklanan dan penjualan (Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, 2016:20). Jadi strategi adalah suatu alat atau metode yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan tertentu.

Strategi bertahan (*Survival Strategy*) adalah cara-cara yang dapat dilakukan oleh seorang individu maupun kelompok dalam masyarakat yang berkelanjutan dan untuk mempertahankan keberadaannya berdasarkan waktu dan tempat, objek dan tujuan tertentu yang terkait dengan individu atau kelompok (Resmi setia, 2005:16). Menurut Snel dan Staring strategi bertahan hidup adalah sebuah rangkaian tindakan yang dipilih oleh seorang masyarakat dan rumah tangga menengah ke bawah secara sosial ekonomi (Irwan, 2015:186). Dalam sebuah pasar, strategi menjadi penting digunakan agar kegiatan usaha yang dijalankan dapat berjalan lancar dan sukses. Dengan demikian, penulis bisa menyimpulkan bahwa strategi bertahan dapat dijadikan langkah para pedagang pasar tradisional dalam mempertahankan eksistensinya pada masa Pandemi COVID-19.

Strategi dapat dimulai dengan melakukan pengamatan terhadap lingkungan mulai dari segi faktor internal maupun eksternal. Sehingga cara yang dapat dilakukan untuk menyusun strategi adalah dengan menggunakan analisis SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*) yang merupakan strategi alternatif terhadap analisis SWOT berasal dari pendekatan *Appreciative Inquiry* (AI) (David Cooperrider, 1995). Analisis SOAR adalah transformasi dari analisis SWOT dalam merancang strategi bisnis. SOAR adalah strategi bisnis yang berdasarkan pada hal yang positif yang sudah dimiliki oleh sebuah usaha untuk dapat dikembangkan dan dijadikan sebagai keunggulan utama (Stravos, J.M Cooperridor D, & Kelley L, 2003:10).

1) *Strengths (S)*

*Strengths (S)* artinya adalah kekuatan, strategi ini berkaitan dengan segala hal yang berkaitan dengan kekuatan atau kemampuan besar yang dimiliki, dapat berupa aset untuk keberlangsungan usaha. Tujuan kekuatan untuk memberikan penghargaan pada usaha terhadap hal baik atas sesuatu yang dimiliki. Kekuatan harus terus dikembangkan agar pada masa depan dapat tercapai kemajuan organisasi (Stravos, Dkk, 11).

2) *Opportunities (O)*

*Opportunities (O)* artinya adalah peluang, peluang termasuk dalam lingkungan eksternal yang harus diketahui agar dapat dimanfaatkan. Suatu organisasi harus memanfaatkan peluang yang ada untuk dapat meraihnya dengan cepat dan tepat. Salah satu syarat dalam keberhasilan suatu usaha adalah kemampuannya dalam memaksimalkan peluang yang dimiliki.

3) *Aspirations (A)*

*Aspirations (A)* artinya adalah ide atau pendapat, dalam hal ini pelaku usaha dapat bertukar pendapat atas visi atau misi apa yang ingin mereka capai. Aspirasi penting untuk keberlangsungan usaha karena dapat menciptakan hal positif dan semangat dalam mengembangkan usaha bagi pelaku usaha atau pedagang pasar.

4) *Results (R)*

*Results (R)* artinya adalah menentukan ukuran dari hasil yang ingin dicapai. Hal ini bertujuan untuk melaksanakan perencanaan strategis, guna mengetahui sejauh mana pencapaian dari tujuan bersama yang telah disepakati.

Dengan demikian, analisis SOAR bisa digunakan para pedagang dalam upayanya mempertahankan eksistensinya pada masa pandemi COVID-19. Pedagang pasar tradisional bisa melakukan pengamatan dan menganalisis aspek-aspek seperti kekuatan, peluang, aspirasi dan hasil. Setelah itu, pedagang bisa merumuskan strategi apa yang dapat digunakan untuk manajemen yang efektif.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud strategi bertahan pedagang pasar tradisional dalam artikel ini adalah langkah yang dilakukan para penjual dalam mempertahankan eksistensinya selama pandemi COVID-19, karena

keberadaan pasar tradisional penting bagi masyarakat dan harus tetap dipertahankan eksistensinya dalam keadaan apapun.

b. Strategi Bertahan dalam Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah salah satu pedoman bagi umat Islam dalam bermuamalah dibidang ekonomi. Nilai dalam Islam dijadikan pondasi, acuan, atau motivasi dalam berbuat dan bersikap. Nilai diartikan sebagai suatu sifat atau kualitas dari suatu yang bermanfaat bagi kehidupan manusia. Nilai-nilai yang terkandung dalam ekonomi Islam sebagai berikut: (Adiwarman A. Karim, 2008:142)

1) *Tauhid* (Keesaan Tuhan),

*Tauhid* menjadi dasar dalam agama Islam. Aktivitas manusia dalam berhubungan dengan lingkungan alam dan manusia (*muamalah*) harus dibingkai dengan Allah SWT, serta bertanggung jawab atas semua perilaku manusia, termasuk kegiatan ekonomi dan bisnis.

2) *Nubuwwah* (Kebaikan) Nabi Muhammad SAW.

Rasulullah SAW, mempunyai sifat-sifat utama yang patut diteladani oleh masyarakat juga pelaku ekonomi bisnis pada khususnya. Sifat-sifat tersebut antara lain *siddiq* (benar, jujur), *amanah* (tanggung jawab, kepercayaan, kredibilitas), *tabligh* (komunikasi, keterbukaan, pemasaran), dan *fathanah* (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas)

**6. Eksistensi Pasar Tradisional**

Menurut kamus besar bahasa Indonesia eksistensi diartikan sebagai sebuah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan (Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, 2020). Secara etimologi, eksistensi berasal dari kata latin *Existere* yang terdiri dari dua kata, yaitu *ex* artinya keluar dan *sitere* artinya membuat berdiri. Eksistensi juga merupakan sesuatu yang dapat diakui oleh diri sendiri dan diakui juga oleh pihak lain (Maritfa Nika A., Dkk, 2013:255). Variabel dari eksistensi pasar tradisional terdiri dari beberapa aspek, yaitu:

- a. Karakteristik Pasar
- b. Persepsi konsumen
- c. Persepsi pedagang
- d. Preferensi konsumen dan pedagang



## **7. Pandemi COVID-19 dan Dampaknya**

Virus Corona (*Corona Virus Disease*) atau disebut juga dengan *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19) adalah salah satu bagian dari virus yang dapat menyebabkan penyakit mulai dari yang ringan sampai berat. Awal munculnya Virus Corona berasal dari Wuhan, China yang kemudian menyebar ke seluruh penjuru negara salah satunya Indonesia. Karena potensi terkena virus COVID-19 dapat mengancam seluruh warga dunia akhirnya badan kesehatan dunia atau dikenal WHO menetapkan penyakit ini sebagai pandemi. Indonesia juga terkena serangan virus COVID-19 sehingga pemerintah menghimbau kalau dalam status darurat bencana terhitung mulai tanggal 29 Februari 2020 hingga 29 Mei 2020. Langkah-langkah yang dilakukan pemerintah Indonesia saat itu salah satunya adalah mensosialisasikan gerakan *Social Distancing* (Aknolt K., 2020).

Adanya Pandemi COVID-19 yang terjadi saat ini sudah pasti memberikan dampak yang besar pada seluruh sektor peradaban manusia. Sektor yang utama dan paling signifikan terkena dampaknya adalah perekonomian domestik di suatu negara/bangsa. Konsumsi dan daya beli masyarakat pada masa pandemi berkurang sebagai akibat banyaknya tenaga kerja yang kehilangan pendapatannya. Hal ini berimbas pada tekanan produsen dan penjual yang dapat melesukan sektor perdagangan. Masyarakat cenderung lebih berhemat dan berhati-hati dalam mengatur pengeluaran karena mereka khawatir akan sampai kapan pandemi ini bisa berlalu (Christina Prbawati Dkk, 2020:5).

Dampak dari Pandemi COVID-19 juga dirasakan oleh pedagang tradisional, karena menurunnya daya beli masyarakat maka pasar tradisional kehilangan pengunjung dan pedagang kehilangan pendapatan mereka. Tidak jarang juga pedagang menutup kiosnya akibat sepi pasar dari pembeli. Kebijakan pemerintah dalam melakukan *social distancing* dan diaktifkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang sudah diterapkan di beberapa wilayah di Indonesia berdampak pula pada pedagang buah, sayur, daging, sembako dan bahan pokok lainnya yang kesehariannya berjualan di pasar (Peraturan Menteri Kesehatan No. 9 tahun 2020).

Pada waktu itu, muncul kebijakan pemerintah daerah untuk menutup pasar tradisional di beberapa kota di Indonesia dalam rangka mencegahnya penyebaran

virus COVID-19. Kemudian dianggap tidak tepat oleh kementerian perdagangan karena keputusan tersebut nantinya dapat memperburuk perekonomian masyarakat kelas bawah dan akan memukul pedagang pasar tradisional yang tidak dapat menjangkau wadah jual beli daring. Selain itu, pasar tradisional dapat dikatakan sebagai tempat vital masyarakat desa untuk melakukan kegiatan perdagangan dan untuk memenuhi kebutuhan pokok. Oleh karena itu, Kementerian Perdagangan meminta seluruh pasar tradisional tetap buka selama pandemi COVID-19 tetapi harus sesuai dengan protokol kesehatan (Rizki Andika, 2020:45).

### **C. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti dalam artikel ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder yang diambil dari karya-karya ilmiah yang terkait dengan topik pembahasan, ditambah dengan tulisan-tulisan dalam disiplin ilmu ekonomi Islam. Penulis melakukan penelitian ini dengan mengumpulkan buku, jurnal nasional dan Internasional, serta literatur-literatur yang ada relevansinya dengan tema yaitu pasar dalam ekonomi Islam.

### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo**

Mewabahnya virus Corona 2019 (COVID-19) menimbulkan dampak yang besar pada berbagai sektor seperti pariwisata, perekonomian, perdagangan dan investasi. Para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga mengalami keterpurukan sebagai akibat dari merebaknya Pandemi COVID-19. Dalam mencegah penyebaran COVID-19 pemerintah mengeluarkan kebijakan menutup beberapa pasar tradisional yang memberikan dampak yang negatif pada pedagang dikarenakan banyak dari pedagang tidak dapat berjualan. Sehingga menyebabkan pedagang merugi dan tidak mempunyai pendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Salah satu pasar tradisional yang juga terkena dampak dari pandemi adalah pasar tradisional senin barokah abadi yang terletak pada kawasan Dolopo, Madiun.

Penulis memilih pasar tradisional ini untuk dikaji karena menurut asumsi penulis Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi menjual berbagai kebutuhan pokok yang dapat dikatakan menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat yang harusnya tidak terlalu terkena dampak signifikan akibat pandemi, namun pada realitanya pasar tradisional senin barokah abadi tetap terkena dampak dari pandemi. Dalam pasar tradisional senin barokah abadi hanya menjual berbagai macam kebutuhan pokok pangan untuk masyarakat mulai dari sembako, sayur-sayuran, hingga lauk pauk.

Pada masa pandemi COVID-19 pasar tradisional senin barokah abadi sendiri masih tetap melakukan aktivitas seperti biasanya. Namun, ada perbedaan kebiasaan yang terjadi sebelum dan sesudah pandemi COVID-19. Sebelum adanya pandemi masyarakat Dolopo melakukan transaksi sambil berbincang antara satu sama lain. Kebiasaan ini sesuai dengan ciri pasar tradisional yang didalamnya terdapat hubungan yang erat antara pedagang dan pembeli. Tapi di kondisi pandemi COVID-19 masyarakat memilih untuk langsung pulang kerumah setelah selesai melakukan transaksi tanpa berbincang maupun berjabat tangan.

Pandemi COVID-19 memberikan dampak yang besar pada kestabilan perekonomian pedagang pasar tradisional senin barokah abadi. Tidak mengherankan mengingat pasar merupakan tempat berkumpulnya banyak orang yang berpotensi besar dapat menyebabkan terpapar virus COVID-19. Sehingga banyak dari pembeli atau konsumen yang cenderung takut untuk datang ke pasar dan berdampak pada berbagai sektor ekonomi di pasar tradisional senin barokah abadi seperti penghasilan pedagang, modal belanja, pengunjung/pembeli dan jumlah barang terjual. Hal tersebut pasti terjadi mengingat adanya pandemi melumpuhkan kegiatan masyarakat.

a. Penghasilan Pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi di Masa Pandemi COVID-19

Penghasilan atau disebut juga pendapatan merupakan jumlah keuntungan yang didapat atas suatu usaha atau prestasi kerja dalam satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan. Dalam kegiatan usaha salah satunya perdagangan di pasar tradisional pasti terjadi perbedaan penghasilan yang didapat pada setiap individu. Adanya pandemi COVID-19 menyebabkan dampak yang serius bagi pedagang karena menurunkan penghasilan mereka.

Dari data hasil wawancara yang dilakukan penulis, ditemukan bahwa hampir seluruh pedagang di Pasar tradisional senin barokah abadi mengatakan bahwa penghasilan mereka menurun sangat signifikan pada saat Pandemi COVID-19. Walaupun mereka menjual berbagai kebutuhan pokok akan tetapi tetap saja terkena dampak turunnya penghasilan mereka. Penurunan pendapatan semakin membesar dengan diaktifkannya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang sudah diterapkan di beberapa wilayah di Indonesia. Dan pada saat itu beberapa jalan di Kawasan Dolopo ditutup sehingga semakin memberikan dampak penurunan pendapatan pedagang Pasar tradisional senin barokah abadi.

b. Jumlah Pelanggan atau Pembeli Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi di Masa Pandemi COVID-19

Pelanggan atau pembeli merupakan individu yang secara langsung terlibat dalam kegiatan jual beli barang ataupun jasa. Keputusan konsumen dalam menentukan pemilihan barang atau jasa diambil sesuai dengan perilaku konsumen masing-masing individu. Seorang pembeli mempunyai hak untuk memutuskan barang atau jasa apa yang akan dibeli. Adanya pandemi COVID-19 berdampak pada penurunan jumlah pelanggan atau pembeli yang ada di pasar tradisional senin barokah abadi. Dari hasil wawancara dengan pedagang pasar tradisional senin barokah abadi kebanyakan konsumen lebih memilih membeli kebutuhan melalui media sosial atau pedagang sayur keliling. Konsumen juga cenderung takut datang ke pasar karena berpotensi terjadi penularan COVID-19.

c. Jumlah Barang yang Terjual di Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi pada Masa Pandemi COVID-19

Setiap pedagang akan menghadapi berbagai kendala dalam meningkatkan penjualan. Pada kondisi pandemi COVID-19 pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi mengalami penurunan penjualan. Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti, kondisi pandemi COVID-19 memberikan dampak yang berbeda pada jumlah barang yang terjual pada mayoritas pedagang yang ada di Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi. Bahkan penurunan jumlah barang terjual dikatakan dengan sangat drastis.

## 2. Strategi Pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo Dalam Mempertahankan Eksistensinya Pada Masa Pandemi COVID-19

Seperti yang telah dipaparkan di atas, bahwa adanya pandemi COVID-19 memberikan dampak yang besar bagi perekonomian Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi. Namun demikian, pedagang harus selalu bertahan disegala macam masalah dan kondisi. Sehingga untuk mempertahankannya maka diperlukan strategi bertahan yang harus dilakukan oleh para pedagang agar bisa selalu terjaga eksistensinya. Strategi yang dilakukan oleh para pedagang harus tepat agar bisa berjalan dan terus bertahan di masa Pandemi COVID-19.

Strategi yang dapat digunakan pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo dalam mempertahankan eksistensinya pada masa pandemi COVID-19 adalah dengan menggunakan analisis SOAR. Analisis SOAR adalah transformasi dari analisis SWOT dalam menentukan strategi bisnis (Stravos, Dkk, 10). Berikut formulasi strategi yang dapat dilakukan pedagang:

### a. *Strengths* (S)

*Strengths* (S) artinya adalah kekuatan, strategi ini berkaitan dengan segala hal yang berkaitan dengan kekuatan atau kemampuan besar yang dimiliki, dapat berupa aset untuk keberlangsungan usaha (Stravos, Dkk, 10). Berdasarkan observasi penulis, Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi memiliki kekuatan untuk terus bisa bertahan karena dalam pasar ini menjual bahan kebutuhan pokok masyarakat. Artinya masyarakat sangat membutuhkan bahan pokok untuk memenuhi kebutuhan mereka atau dapat dikatakan kebutuhan primer. Masyarakat akan terus membutuhkan sayur dan lauk pauk untuk makan. Oleh karena itu maka pedagang memiliki potensi besar untuk dapat bertahan.

### b. *Opportunities* (O)

*Opportunities* (O) artinya adalah peluang, peluang termasuk dalam lingkungan eksternal yang harus diketahui agar dapat dimanfaatkan. Pandemi COVID-19 memang memperpuruk seluruh tatanan kehidupan manusia. Pedagang pasar tradisional senin barokah abadi masih memiliki peluang besar untuk terus bisa bertahan ditengah pandemi COVID-19. Terus menurunnya

pendapatan dan jumlah pengunjung harusnya tidak bisa dibiarkan begitu saja. Pedagang bisa bekerja sama dengan pedagang sayur keliling untuk membeli pasokan sayurnya di pedagang pasar tradisional. Pedagang juga bisa melakukan promosi melalui media sosial.

c. *Aspirations (A)*

*Aspirations (A)* artinya adalah ide atau pendapat, dalam hal ini pelaku usaha dapat bertukar pendapat atas visi atau misi apa yang ingin mereka capai. Meskipun memang dikatakan pasar tradisional, pedagang harus memiliki inovasi atau ide untuk tetap bisa bertahan melewati pandemi. Inovasi dari pedagang pasar tradisional menjadi penting agar pasar tradisional tidak kehilangan eksistensinya. Semakin banyaknya masalah yang akan dihadapi, maka semakin banyak pula inovasi dan ide kreatif yang harus digali. Pedagang pasar bisa berinovasi baru berjualan dengan sistem antar pesanan agar bisa lebih efektif. Dengan sistem pesan antar maka dapat memudahkan konsumen dalam membeli kebutuhan pokok. Konsumenpun tidak perlu datang ke pasar tradisional jika takut tertular COVID-19.

d. *Results (R)*

*Results (R)* artinya adalah menentukan ukuran dari hasil yang ingin dicapai. Hal ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pencapaian dari tujuan bersama yang telah disepakati. Terbentuknya ide dan inovasi harus diiringi dengan realisasi. Sehingga hasil dari realisasi dapat diukur dan diketahui pencapaian apa yang bisa diperoleh. Jika pedagang sudah menerapkan berbagai strategi diatas maka hasilnya dapat diukur. Setelah itu diketahuilah adakah perubahan sebelum dan sesudah menerapkan strategi.

Selain strategi bertahan, eksistensi pasar tradisional senin barokah abadi juga harus diperhatikan. Variabel eksistensi terdiri dari beberapa aspek, yaitu: karakteristik pasar, persepsi konsumen, persepsi pedagang, preferensi konsumen dan pedagang. Dan dapat disimpulkan bahwa untuk mempertahankan eksistensinya pada masa pandemi COVID-19, maka pedagang pasar tradisional senin barokah abadi harus mempertahankan sarana prasana agar pembeli aman dan nyaman, seperti menyediakan tempat cuci

tangan dan handsanitizer. Selain itu, agar terus dapat berjalan maka pedagang dapat mengurangi jumlah stok barang agar tidak terlalu banyak dan pas.

3. Strategi Pedagang Pasar tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo Dalam Mempertahankan Eksistensinya Pada Masa Pandemi COVID-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Pedagang di pasar tradisional senin barokah abadi mengalami kelesuan pada saat pandemi COVID-19, namun di kondisi saat ini pedagang harus sabar dan tetap berusaha dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya. Islam mengatur segala kehidupan manusia salah satunya persoalan *muamalah*, ekonomi Islam tentu dapat dijadikan sebagai strategi bagi para pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi pada kondisi pandemi COVID-19. Setiap muslim harus tetap meyakini adanya peranan Allah SWT, yang mengatur apapun yang terjadi di alam semesta. Dengan mempercayakan semua permasalahan pada Allah SWT, sebenarnya kita telah mempunyai *Tauhid* (keesaan tuhan) yang menjadi fondasi ajaran agama Islam dengan meyakini bahwa Allah SWT, adalah satu-satunya penolong manusia di kondisi apapun. Selanjutnya manusia yang telah yakin atas ketetapan dan kuasa Allah SWT maka manusia akan mengiringi dengan *Nubuwwah* (kebaikan) dengan tetap bersabar dan berusaha semaksimal mungkin serta tetap memegang nilai-nilai dan prinsip-prinsip pedagang Islam seperti sifat-sifat utama yang harus diteladani oleh manusia selaku pelaku ekonomi dan bisnis yakni, *Siddiq, Amanah, Tabligh dan Fatonah*.

a. *Siddiq* (Benar/jujur)

Pedagang yang ada di Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi harus memegang teguh prinsip kejujuran sudah banyak dipahami dan dipraktekkan. Kejujuran memberikan manfaat baik bagi pedagang maupun pembeli karena sejatinya tujuan berdagang bukan hanya ingin mendapatkan keuntungan saja melainkan juga memberikan manfaat dan keuntungan bagi orang lain. Mayoritas pedagang mengedepankan kejujuran dalam berdagang agar menjadi lebih berkah.

b. *Amanah* (Dapat Dipercaya)

Sifat *Amanah* memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan

bisnis akan goyah. Sikap *amanah* juga dijadikan strategi bertahan di kondisi pandemi COVID-19. Pedagang juga memahami bahwa sikap *amanah* menjadi salah satu bentuk etika yang harus diterapkan, baik dalam bentuk ucapan maupun dalam bentuk perbuatan.

c. *Tabligh* (Komunikasi/Keterbukaan)

Sifat *tabligh* merupakan taktik hidup pedagang Muslim, karena setiap Muslim mengemban tanggung jawab, yakni menyeru, mengajak, serta memberitahu. Menjadi seorang pedagang tentu harus mampu menyampaikan dengan baik keunggulan dan kekurangan dagangannya, dengan begitu pedagang akan mampu menjadi komunikator yang baik. Pedagang Muslim harus memiliki gagasan-gagasan yang tepat supaya dapat mengkomunikasikan barang dagangannya kepada konsumen.

d. *Fathanah* (Kecerdasan/Intelektualitas)

Pengaplikasian sifat *fathonah* dalam ekonomi dan bisnis sangatlah diperlukan, dengan menerapkan sifat *fathonah* aktivitas dapat dilakukan dengan ilmu, kecerdikan dan pengoptimalan semua potensi akal hingga mencapai tujuan.

## **E. KESIMPULAN**

Pasar tradisional atau bisa disebut dengan pasar rakyat dalam Perpres No.112 Tahun 2007 adalah suatu pasar dimana tempatnya di bangun dan dikelola oleh pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Terjadinya pandemi COVID-19 memberikan dampak yang besar bagi perekonomian Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo mulai dari penghasilan pedagang, jumlah pembeli/konsumen, dan jumlah barang yang terjual.

Strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo dengan menggunakan Analisis SOAR dan juga memperhatikan variabel eksistensi agar bisa terus berjalan. Bukan hanya itu, pedagang-pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi di masa pandemi COVID-19 juga menerapkan strategi bertahan pedagang Muslim, yakni dengan menerapkan prinsip-prinsip ajaran agama Islam seperti penerapan sifat *Siddiq*, *Amannah*, *Tabligh* dan *Fatonah*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, Nur Rianto. 2015. *Pengantar Ekonomi Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Andika, Rizki. 2020. *Dampak COVID-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Mikro Pada Pasar Tradisional*. Jurnal Ekonomi Islam Al-Sharf. Volume 1 Nomor 1.
- Andriani, Maritfa Nika dan Mohammad Mukti Ali. 2013. *Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta*, Jurnal Teknik PWK. Volume 2 Nomor 2.
- Departemen Agama RI. 2019. *Cordova: Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema.
- Ghafur, Abdul. 2019. *Mekanisme Pasar Perspektif Islam*. Jurnal Istiqodiyah Volume 5 Nomor 1.
- Hikmahyatun, Siti Faizah. 2019. *Struktur Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Ilmu Ekonomi Islam. Kebumen: IAINU Kebumen. Volume 3 Nomor 1.
- Irwan. 2015. *Strategi Bertahan Hidup Perempuan Penjual Buah-Buahan (Studi Perempuan di Pasar Raya Padang Kecamatan Padang Barat Kota Padang Provinsi Sumatera Barat)*. Jurnal Humanus Pendidikan Sosiologi STKIP PGRI Sumatera Barat, Volume XIV Nomor 2.
- Juliyani, Erly. 2016. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jurnal Ummul Qura. Volume VII Nomor 1.
- Kansil, C.S.T. Kansil dan Christine. 2008. *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafik.
- Karim, Adiwarmann A. 2008. *Ekonomi Makro Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mulyana, Dadang. 2017. *Market Structure and Competition Price in Islamic Economics*. International Journal of Nusantara Islam. Volume 6 Nomor 2.
- Nasution, Adanan Murroh. 2018. *Konsep Pasar Yang Islami*. Jurnal Al-Maqasid. Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan. Volume 4 Nomor 2.
- Nisa, Nita Zarotul. 2021. *Eksistensi Pedagang Pasar Tradisional Mleto di Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo, Surabaya Pada Masa Pandemi COVID-19 dalam Perspektif Teori Tindakan Sosial Max Weber*. Surabaya: Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Pakpahan, Aknolt Kristian. 2020. *COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Katolik Parahyangan.
- Prabawati, Christina Dkk,. 2020. *Dampak Social Distancing terhadap Kesejahteraan Pedagang di Pasar Tradisional Kartasura Pada Era Pandemi Korona*. Jurnal Ilmiah Muqoddimah. Volume 4 Nomor 2.
- Pramudyo, Anung. 2014. *Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional di Yogyakarta*. JBMA. Volume II Nomor 1.
- Rahmi, Ain. 2015. *Mekanisme Pasar dalam Islam*. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan. Pontianak: IAIN Pontianak. Volume 4 Nomor 2.
- Rozalinda. 2016. *Ekonomi Islam (Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Stravos, J.M Cooperridor D, & Kelley L. 2003. *Strategic Inquiry With Appreciative Intent: Inspiration to SOAR*. Al Practitioner: International Journal of Appreciative Inquiry. Volume 5 Nomor 4.