

**STRATEGI ADAPTASI DAN PENDAPATAN PEDAGANG BATIK PADA
MASA PANDEMI COVID-19 DI PASAR BERINGHARJO KOTA
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Disusun oleh:

Dayu Apriani

NIM. 17102030087

Dosen Pembimbing:

Dra Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D

NIP: 19640323 199503 2 002

PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

2021



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-657/Un.02/DD/PP.00.9/04/2021

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI ADAPTASI DAN PENDAPATAN PEDAGANG BATIK PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI PASAR BERINGHARJO KOTA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DAYU APRIANI
Nomor Induk Mahasiswa : 17102030087
Telah diujikan pada : Selasa, 13 April 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D.

SIGNED

Valid ID: 608041376a4ac



Penguji II

Siti Aminah, S.Sos.I., M.Si.

SIGNED

Valid ID: 607cd512a6eff



Penguji III

Suyanto, S.Sos., M.Si.

SIGNED

Valid ID: 607e3e87605f8



Yogyakarta, 13 April 2021

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.

SIGNED

Valid ID: 60811e943cf38



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum.wr.wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Dayu Apriani
NIM : 17102030087
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam
Judul Skripsi : Strategi Adaptasi dan Pendapatan Pedagang Batik Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Pasar Beringharjo Kota Yogyakarta

Telah dapat di ajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 dalam bidang Pengembangan Masyarakat Islam.

Dengan ini kami menghaturkan Apresiasi sebesar di atas dapat segera diselesaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 08 April 2021

Ketua Prodi

Siti Aminah, S.Sos.I., M.Si
NIP.19830811 201101 2 010

Pembimbing Skripsi

Dra Siti Syamsiyatun M.A.,Ph.D
NIP. 19640323 199503 2 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dayu Apriani

NIM : 17102030087

Prodi : Pengembangan Masyarakat Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **Strategi Adaptasi dan Pendapatan Pedagang Batik Pasar Beringharjo pada Masa Pandemi Covid-19** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusunan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan tata cara dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 08 April 2021

yang menyatakan



Dayu Apriani

NIM: 17102030087

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYAAN BERJILBAB

Yang betanda tangan di bawah ini:

Nama : Dayu Apriani

Nim : 17102030087

Prodi : Pengembangan Masyarakat Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya menerima resiko apapun yang berkaitan dengan pemakaian foto berjilbab pada ijazah dan tidak akan menuntut pihak Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta jika kemudian hari terdapat hal-hal yang tidak diinginkan berkaitan dengan hal tersebut.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 08 April 2021

Yang menyatakan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Dayu Apriani

NIM: 17102030087

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sujud dan syukur hanya kepada-Mu Ya Allah

Tidak akan selesai penulisan skripsi ini tanpa seizin dari-Mu Ya Allah, Ya Tuhanku.

**Atas rasa semangat dan rasa syukur, skripsi ini saya persembahkan untuk :
Alm. Ayahku tercinta Juanda , semoga ayah turut berbahagia menyaksikan anaknya sarjana. Terima kasih ayahku tersayang. Harapan ayah telah menjadi nyata.**

Ibuku tersayang ibu Muliana yang tak pernah lelah memberikan kasih sayang kepada anak perempuannya ini. Terima kasih ibuku tercinta.

Semoga ini dapat memberikan sedikit kebahagiaan untuk ibu.

Kakak Perempuanaku Riza Anggraini yang dengan ikhlas membiayai seluruh pendidikan dan selalu mendoakan setiap langkah kaki ku serta teruntuk saudara-saudaraku Kak Joko, kak Danu, Doni, Rahma dan adikku Kaka yang selalu mendukung dan mengkasihiku aku.

Serta Prodi Pengembangan Masyarakat Islam dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga ku tercinta.

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

MOTTO

“Salah satu ciri hidupmu bahagia adalah dengan tidak pernah menyesali apa yang terjadi, maka lakukan yang terbaik untuk hari ini”

(Dayu Apriani)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobil'amin, Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan kasih sayang dan nikmat tiada tara sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul “Strategi adaptasi dan pendapatan pada masa pandemi Covid-19 pedagang batik pasar Beringharjo kota Yogyakarta ”. Tidak lupa juga sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Kekasih Allah, Nabi Besar, Nabi Muhammad SAW, yang merupakan sari tauladan bagi umat Islam.

Penulis sadar, bahwa tidak akan selesai kepenulisan skripsi ini tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu dengan rasa tulus dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. Phil Al-Makin, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersabar mendampingi, memberikan saran, ilmu, tenaga, fikiran dan motivasi kepada penulis. Semoga ibu diberikan kesehatan serta kebahagiaan.
4. Dr.Hj. Sriharini, S.Ag., M,Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan semangat,dukungan serta saran dari awal sampai akhir kuliah.

5. Kedua orangtuaku tercinta, Alm Ayahanda Juanda yang telah mengasihi dan menyayangiku semasa hidupnya, serta atas didikan dan semangat dari beliau lah saya dapat dan mampu menyelesaikan pendidikan Strata 1(S1) dan Ibunda Muliana yang selalu mengajarkan arti sabar, cinta dan perjuangan sehingga saya dapat merasakan posisi saat ini.
6. Untuk kakakku tercinta, Riza Anggraini yang sudah bekerja keras untuk membiayai pendidikan dari awal sampai akhir. Terima kasih untuk pengorbanan, keikhlasan dan kasih sayang untukku dan saudara-saudara kandungku kak Joko, kak Danu, Doni, Rara dan si bungsu Kaka yang selama ini sudah mendukung dan saling mengasihi selama ini.
7. Untuk Irdhani Cahyo Nugroho, terima kasih atas waktu, dukungan dan motivasi selama masa kuliah dan pengerjaan skripsi. Terima kasih banyak atas segalanya.
8. Untuk Martina dan Deti sahabat terbaikku, support sistem yang bersedia mendengar keluh kesah penulis.
9. Teruntuk teman asramaku Riska, Tri Lestari, Wewen, Laila Yuni, Elta dan Rona terima kasih karena sudah bersedia berbagi suka dan duka selama di perantauan Kota Yogyakarta.
10. Untuk keluarga besar Asrama Putri Randik Yogyakarta, khususnya Ibu Siti Rohani yang telah menjadi ibu pengganti selama berada di kota Pelajar. Terima kasih atas segala kebaikan, nasihat dan motivasi yang diberikan kepada penulis.
11. Untuk IKPM Muba-Yogyakarta, khususnya Edi Mulyanto. Terima kasih sudah bersedia baik hati menyumbangkan tenaga dan pikiran hingga penulis dapat

berkuliah dan menyelesaikan kuliah di Yogyakarta. Dan Bolas Arif yang telah membantu serta memberikan masukan dalam pengerjaan skripsi ini.

12. Teman-teman keluarga PMI 2017, Nadila, Rona, Susi, Nurul, Kiki, Via Melani, Icha dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih sudah bersedia berbagi ilmu dan berbagi kebahagiaan selama di Yogyakarta.

13. Serta pihak-pihak yang telah memberikan dukungan serta dorongan sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Demikian semoga Allah membalas kebaikan yang telah mereka berikan. Saya menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna. Oleh karena itu, saran dan masukan sangat penulis butuhkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kita semua.

Yogyakarta, 8 April 2021

Penyusun

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Dayu Apriani

ABSTRAK

Mewabahnya virus Covid-19 membawa dampak yang besar terhadap dunia, termasuk Indonesia. Virus jenis baru ini telah membuat tatanan hidup manusia berubah. Penularan virus yang sangat cepat membuat pemerintah mengambil kebijakan untuk memutus rantai penyebarannya. Adapun kebijakan tersebut adalah mengurangi aktivitas sosial di berbagai tempat. Kebijakan ini dikenal dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), *Social distancing* dan *Lockdown*. Susahnya akses keluar masuk antar wilayah dan kota ternyata memberikan dampak terhadap pedagang batik di pasar Beringharjo. Sebab, batik merupakan oleh-oleh yang biasa menjadi minat besar bagi para wisatawan yang berkunjung di Yogyakarta.

Maka dari itu, peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi adaptasi dan pendapatan pedagang batik di pasar Beringharjo. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data adalah melalui wawancara, observasi dan dokumentasi serta analisis data pada penelitian ini adalah pengumpulan data, reduksi, penyajian dan penarikan kesimpulan. Pada penelitian ini terdapat sepuluh narasumber. Sembilan orang diantaranya adalah pedagang batik dengan kriteria tiga pedagang kios, tiga pedagang lapak dan tiga pedagang los serta satu narasumber seorang Kepala Bidang Pasar Rakyat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sejak pandemi Covid-19 memberikan dampak yang besar terhadap pendapatan pedagang batik di pasar Beringharjo. Pendapatan pedagang batik pasar Beringharjo mengalami penurunan mencapai 85 persen selama masa pandemi Covid-19. Untuk mensiasati perubahan tersebut, pedagang batik melakukan strategi adaptasi agar dapat bertahan dalam menghadapi pandemi Covid-19. Strategi adaptasi tersebut diantaranya adalah menggunakan masker, menjaga kesehatan, beralih profesi, menggunakan tabungan dan menggunakan sosial media untuk berjualan.

Kata Kunci: *Pedagang Batik, Strategi Adaptasi, Covid-19*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang.....	6
C. Rumusan Masalah.....	12
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Manfaat Penelitian.....	12
F. Kajian Pustaka.....	13
G. Kerangka Teori.....	19
H. Metode Penelitian.....	43
I. Sistematika Pembahasan.....	54
BAB II_Gambaran Umum Pasar Beringharjo dan Profil Pedagang Batik Pasar Pasar Beringharjo.....	56
A. GAMBARAN UMUM PASAR BERINGHARJO.....	56
B. Profil Pedagang Batik Pasar Beringharjo.....	68
C. Profil pedagang batik masa pandemi Covid-19.....	72

BAB III Strategi Adaptasi dan Pedagang Batik Pasar Beringharjo Pada Masa Pandemi Covid-19.....	79
A. Strategi Adaptasi Pedagang Batik Pasar Beringharjo dalam Menghadapi Pandemi Covid-19.....	80
B. Pendapatan pedagang batik masa pandemi Covid-19.....	87
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	93
BAB IV PENUTUP	99
A. Strategi Adaptasi pedagang batik dalam menghadapi pandemi Covid-19	99
B. Pendapatan pedagang batik masa pandemi Covid-19.....	100
C. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Diagram Wisatawan Mancanegara.....	7
Tabel 2. Grafik Perkembangan Wisatawan DIY Tahun 2015-2019.....	8
Tabel 3. Tabel Kasus Virus Covid-19.....	20
Tabel 4. Data dan Sumber Data Penelitian.....	59
Tabel 5. Jumlah Pedagang Kios, Los dan Lapak Pasa Beringharjo.....	60
Tabel 6. Struktur Organisasi Disperindag	65



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pasar Beringharjo	58
Gambar 2. Peta Pasar Beringharjo.....	61
Gambar 3. Suasana Pasar Beringharjo	68
Gambar 4. Pedagang Batik Menggunakan Masker Saat Berjualan	78
Gambar 5. Promosi pedagang batik melalui sosial Media.....	83
Gambar 6. Suasana Pasar Beringharjo	88
Gambar 7. Kondisi Pasar Beringharjo sepi pengunjung	89
Gambar 8. Pedagang Batik Menggunakan Masker Saat Berjualan	92



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai upaya untuk menghindari kesalahpahaman dan agar memudahkan para pembaca untuk memahami makna dari skripsi ini, maka penulis akan menjelaskan beberapa kata yang digunakan dalam pembuatan judul skripsi ini. Skripsi yang dimaksud berjudul “ Strategi Adaptasi dan Pendapatan Pedagang Batik Pada Masa Pandemi Covid-19 di Pasar Beringharjo Kota Yogyakarta”. Berikut ini adalah kata-kata yang digunakan dalam pembuatan judul skripsi ini, yaitu;

1. Strategi Adaptasi

Strategi merupakan ilmu dan seni yang menggunakan sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan dalam berperangan dan kedamaian.¹ Menurut Marrus, strategi merupakan suatu proses penyusunan rencana dan upaya yang fokus terhadap tujuan jangka panjang dan organisasi.² Sedangkan adaptasi adalah suatu proses kepekaan organisme terhadap kondisi dan keadaan, baik yang dipelajari atau yang dikerjakan.

¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pengertian Strategi. <https://kbbi.web.id/strategi> diakses pada 20 Januari 2021 pukul 15.28 Wib

² Marrus, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Rajawali Press, 2002), 31.

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi adaptasi merupakan suatu upaya atau tindakan yang dilakukan berdasarkan rencana-rencana yang telah disusun untuk menghadapi masalah yang ada dilingkungan agar tetap dapat mencapai tujuan dan memenuhi segala kebutuhan.

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka yang dimaksud strategi adaptasi pada penelitian ini adalah strategi yang dilakukan pedagang batik dalam upaya mempertahankan usahanya sehingga dapat memenuhi kebutuhan hidup di tengah pandemi Covid-19.

2. Pendapatan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti pendapatan adalah hasil yang didapatkan selama bekerja dan berusaha.³ Pendapatan merupakan kenaikan modal secara kotor yang dihasilkan melalui penjualan suatu barang, menyediakan jasa kepada pelanggan atau semua kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan upah, gaji atau penghasilan.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diketahui bahwa pendapatan merupakan hasil yang didapatkan seseorang setelah bekerja dalam kurun waktu sehari, seminggu atau sebulan untuk

³ KBBI Daring, Pengertian Pendapatan, melalui kbbi.kemdikud.go.id , diakses pada 10 Januari 2021 pukul 14.56 Wib.

mendapatkan gaji dari individu maupun perusahaan. Pendapatan yang dimaksudkan adalah berbentuk uang.

Kata “pendapatan” yang dimaksud dalam skripsi ini adalah pendapatan, penghasilan pedagang batik selama menghadapi masa pandemi Covid-19 di Pasar Berigharjo.

3. Pandemi Covid-19

Covid-19 merupakan virus jenis baru yang pertama kali ditemukan di Wuhan, China pada akhir tahun 2019 lalu. Virus ini belum pernah ditemukan pada tubuh manusia. Belum diketahui dengan pasti apa penyebab dari virus ini. Ada yang mengatakan bahwasannya virus ini berasal dari hewan yang ada di pasar grosir makanan di Wuhan. Namun, pernyataan tersebut belum ada bukti penelitian yang resmi dari WHO (*World Health Organization*).

Penderita yang telah terinfeksi virus ini memiliki gejala seperti batuk, bersin, demam dan sesak nafas akut selama masa inkubasi. Penularan virus ini cukup unik dan sangat cepat dalam penyebarannya yaitu dengan kontak fisik secara langsung dengan pasien Covid-19 seperti berjabat tangan, percikan batuk dan bersin. Adapun kontak tidak langsung yaitu melalui media benda yang telah tertular virus corona.

4. Pedagang Batik

Pedagang batik terdiri dari dua kata yaitu, “Pedagang”, dan “Batik”. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata pedagang merupakan suatu jenis pekerjaan yang berhubungan dengan jual dan beli dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.⁴

Sedangkan batik merupakan suatu jenis kain yang cara pembuatannya dilakukan secara khusus dan pemilihan penulisan corak yang unik pada kain tersebut.⁵ Corak yang unik tersebut lalu membuat batik memiliki nilai jual yang besar sehingga diakui *United Nation Educational Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) sebagai warisan kemanusiaan budaya lisan dan non-bendawi (*Masterpieces of the oral and Intangible Heritage of Humanity*) pada 2 Oktober 2009.⁶ Batik sendiri memiliki beberapa

⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Pengertian pedagang*. <https://kbbi.web.id/dagang> diakses pada 10 November 2020, pukul 16.00.

⁵ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, *Batik*, melalui <https://petabudaya.belajar.kemdikbud.go.id/Repositorys/batik/> diakses pada 11 November 2020 pukul 16.15 Wib.

⁶ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, *Perjalanan Batik Menjadi Warisan Budaya Dunia*, melalui <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2019/10/perjalanan-batik-menjadi-warisan-budaya-dunia> , diakses pada 11 November 2020 pukul 16.40 Wib.

jenis, yaitu batik Kalimantan, batik Papua, batik Maluku, batik Sumatera, batik Bali dan batik Cianjur.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pedagang batik adalah orang yang menjual kain yang memiliki ciri khas untuk mencari keuntungan, memenuhi kebutuhan dan memperbaiki ekonomi. Dalam penelitian ini, pedagang batik yang dimaksudkan adalah pedagang batik yang t berjualan sebelum dan pada masa pandemi Covid-19 .

5. Pasar Beringharjo Yogyakarta

Pasar Beringharjo merupakan pusat jual beli yang ada di Daerah Istimewah Yogyakarta. Pasar ini sudah ada sejak puluhan tahun yang lalu. Pasar yang terletak di dekat Malioboro ini menjual beraneka ragam barang. Salah satunya yaitu Batik. Di Pasar ini, dapat dilihat betapa banyaknya pedagang yang menjajakan barang dagangan yang berupa batik.

Dari penjelasan tersebut, maka maksud dari skripsi yang berjudul Strategi Adaptasi dan Pendapatan Pedagang Batik Pasar Beringharjo Pada Masa Pandemi Covid-19 adalah peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh pandemi Covid-19 terhadap penghasilan yang didapat pedagang batik selama masa pandemi

Covid-19 serta bagaimana strategi adaptasi yang dilakukan pedagang batik dalam menghadapi pandemi Covid-19 di Pasar Beringharjo.

B. Latar Belakang

Pedagang batik pasar Beringharjo merupakan salah satu jenis pedagang yang ada di Pasar Beringharjo. Dalam kriteria jenis dagangan konveksi, batik merupakan salah satu jenis dagangan yang menjadi incaran para wisatawan. Berdasarkan data omset pasar Beringharjo, jenis dagangan dengan omset kriteria konveksi mencapai 19,11 persen.⁷ Artinya, sebagian besar pendapatan pasar Beringharjo dihasilkan oleh para pedagang konveksi termasuk pedagang batik.

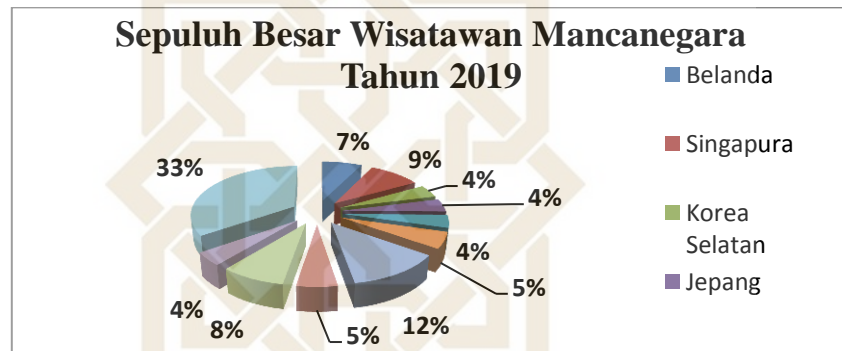
Yogyakarta merupakan salah satu kota yang banyak diminati para wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Pada peta kepariwisataan Indonesia, Yogyakarta adalah daerah tujuan wisata utama kedua setelah Bali.⁸ Tidak dapat disangkal memang banyak sekali keindahan yang dijanjikan di Yogyakarta seperti pantai, desa wisata, malioboro, hutan pinus, bukit bintang dan masih banyak lagi. Kian tahun

⁷ Presentase Omset Pasar Beringharjo Per Jenis Dagangan, Data Pengelolah Pasar Beringharjo

⁸ Kesempatan Berinvestasi di Yogyakarta, *Yogyakarta Sebagai Tujuan wisata Favorit*, melalui <http://investasi.jogjakota.go.id/id/more/page/78/Tujuan-Wisata> diakses pada 11 November 2020 pukul 19.00 Wib.

jumlah wisata yang ada di Yogyakarta akan terus bertambah.⁹ Berikut adalah sepuluh besar wisatawan mancanegara di Kota Yogyakarta tahun 2019.¹⁰

Tabel 1. Diagram Wisatawan Mancanegara



Sumber : Dokumen Badan Statistik Pariwisata DIY 2019



⁹ Jumlah Kunjungan Wisatawan di Yogyakarta Terus Alami Peningkatan tiap Tahun, melalui <https://jogja.tribunnews.com/2019/11/05/jumlah-kunjungan-wisatawan-di-kota-yogyakarta-terus-alami-peningkatan-tiap-tahun> diakses pada 11 November pukul 19.00 Wib.

¹⁰ Badan Statistik Pariwisata Yogyakarta, *Statistik Pariwisata 2019*, melalui <https://visitingjogja.com/download/statistik-pariwisata/> diakses pada 12 Maret 2021 pukul 10.00 Wib.

Tabel
2.
Grafik
Perke
mban
gan
Wisat
awan
DIY
Tahun
2015-
2019



Sumber : Badan Statistik Pariwisata DIY

Dilihat dari grafik di atas dapat diketahui bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta semakin bertambah setiap tahunnya. Meningkatnya jumlah wisatawan ke Yogyakarta tentu akan berpengaruh terhadap perekonomian dalam berbagai aspek. Seperti naiknya pendapatan hotel atau penginapan, perdagangan, kuliner, travel dan lain sebagainya. Pemerintah Yogyakarta juga terus berupaya untuk mengembangkan pariwisata agar dapat selalu menarik minat wisatawan ke Yogyakarta. Salah satu tujuan wisatawan untuk membeli oleh-oleh ketika berlibur ke Yogyakarta adalah Pasar Beringharjo. Selain itu, Yogyakarta sangat kental akan nuansa batik. Maka sangat pas rasanya untuk membeli oleh-oleh batik yang berada di pasar Beringharjo.

Pasar Beringharjo merupakan pasar tradisional yang menjadi salah satu ikon Kota Yogyakarta. Ketika berkunjung ke Kota Istimewa ini,

rasanya belum lengkap jika tidak membeli oleh-oleh yang ada di Pasar Beringharjo. Pasar Beringharjo bukanlah pasar baru di Yogyakarta. Pada tahun 1758, pasar Beringharjo sudah menjadi tempat masyarakat dalam melakukan transaksi jual-beli. , akan tetapi saat itu belum dikenal dengan nama Pasar Beringharjo. Pasar ini menjadi awal kebangkitan ekonomi di Yogyakarta pada kala itu. Sebab, banyak sekali kegiatan jual-beli ketika pembangunan pasar ini.

Pasar yang sudah ada sejak tahun 1758 dan resmi diberikan nama pasar Beringharjo pada 24 Maret 1925 ketika Sri Sultan Hamengku Buwono (HB) VII mulai bertakhta. Selain itu, Pasar Beringharjo merupakan salah satu pilar catur tunggal (Kraton, Alun-alun Utara, Kraton, dan Pasar Beringharjo).¹¹ Di pasar Beringharjo pengunjung akan disuguhkan beraneka ragam dagangan, seperti makanan, pakaian, tas, batik dan lain sebagainya. Batik merupakan salah satu barang yang paling banyak diminati para pengunjung untuk dijadikan sebagai oleh-oleh ketika sudah mengunjungi kota Istimewa ini. Banyaknya pengunjung dan peminat batik membuat penjual harus memiliki banyak stok batik yang sesuai dengan trend dan kualitas bagus. Akan tetapi, awal tahun 2020 semua berubah dengan sangat drastis. Hal ini disebabkan oleh adanya

¹¹ Yunanto Wiji Utomo, *Pasar Tradisional Terlengkap.2018*, <https://www.vogves.com/id/yogyakarta-tourism-object/shopping/beringharjo/> diakses pada tanggal 11 November 2020 Di Yogyakarta

virus jenis baru yang menyebar diseluruh dunia termasuk Indonesia dan Yogyakarta. Virus baru ini dikenal dengan Covid-19 atau virus korona.

Pasar Beringharjo telah menjadi tumpuan harapan bagi masyarakat Kota Yogyakarta dalam menjajakan dagangan sehingga laju perekonomian tetap berjalan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Sebagian besar pengunjung pasar ini terdiri dari tiga cluster, yaitu pengunjung lokal, pengunjung luar kota, dan wisatawan asing atau pengunjung dari mancanegara. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Yogyakarta jumlah pengunjung atau wisatawan dari mancanegara melalui pintu masuk Adi Suctjipto pada Februari 2020 turun 15,18 persen apabila dibandingkan dengan jumlah wisatawan pada Januari 2020, yaitu dari 8.371 menjadi 7.100. Sedangkan apabila dibandingkan pada Februari 2019, jumlah kunjungan Februari 2020 mengalami peneurunan sebesar 26,07 persen.¹² Penurunan jumlah pengunjung dari mancanegara salah satunya disebabkan oleh Pandemi *Coronavirus Disease 2019* (Covid-19) yang menjadi endemi di Indonesia pada Februari 2020.

Covid-19 atau virus korona adalah virus yang pertama kali ditemukan di Wuhan, China pada akhir tahun 2019 lalu. Namun, baru diketahui penyebarannya di Indonesia pada Februari 2020 lalu. Penyebaran dan

¹² "Perkembangan Pariwisata Dan Transportasi Udara D.I. Yogyakarta, Februari 2020," *Badan Pusat Statistik Provinsi D.I Yogyakarta*, 2020, <https://yogyakarta.bps.go.id/pressrelease/2020/04/01/1006/perkembangan-pariwisata-dan-transportasi-udara-d-i--yogyakarta--februari-2020.html>.

penularan yang sangat cepat membuat sejumlah Negara mengalami kepanikan dalam mengatasinya, termasuk Negara Indonesia. Sampai saat ini belum diberitakan sangat jelas apakah virus jenis baru ini sudah memiliki obatnya atau tidak.

Kepanikan pemerintah dan masyarakat tidak bisa dihindari ketika fenomena penyebaran yang sangat cepat serta belum ditemukan obat yang bisa menyembuhkan virus ini secara langsung. Sejak diketahui penyebarannya di Indonesia, pemerintah mulai memberlakukan pembatasan sosial. Selain memang sudah menjadi aturan dari pemerintah, kepanikan masyarakat juga membuat masyarakat secara spontan menjaga jarak dan menghindari kerumunan. Banyak sekali masalah yang muncul akibat dari virus ini, yaitu pendidikan, perdagangan, pariwisata dan lain-lain.

Pengaruh virus korona ini juga berdampak besar terhadap pedagang yang ada di pasar Beringharjo, termasuk pedagang batik. Melihat fenomena inilah, membuat penulis tertarik untuk mengetahui kebenaran tersebut secara langsung dengan mengadakan penelitian yang berjudul **“Strategi Adaptasi dan Pendapatan Pedagang Batik Pasar Beringharjo Pada Masa Pandemi Covid-19”**.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis ingin mengetahui, yaitu:

1. Bagaimanakah strategi adaptasi yang dilakukan Pedagang batik dalam menghadapi Pandemi Covid-19?
2. Bagaimana pendapatan pedagang batik di pasar Beringharjo pada masa pandemi Covid-19?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah:

1. Mengetahui strategi adaptasi yang dilakukan pedagang batik dalam menghadapi pandemi Covid-19.
2. Mengetahui bagaimana pendapatan pedagang batik di pasar Beringharjo pada masa pandemi Covid-19

E. Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini, terdapat dua manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan untuk mahasiswa, peneliti dan masyarakat pelaku Usaha Mikro Kecil

Menengah (UMKM) di Indonesia terkhusus pedagang batik di pasar Beringharjo Kota Yogyakarta terkait dengan pengaruh Covid-19 terhadap pendapatan berdagangan batik selama masa Pandemi Covid-19.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penulis berharap penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran dan sumber ilmu pengetahuan bagi para pembaca serta menjadi bahan inspirasi untuk peningkatan ekonomi.

F. Kajian Pustaka

Pada penelitian yang berjudul Strategi Adaptasi dan Pendapatan Pedagang Batik Pasar Beringharjo Pada Masa Pandemi Covid-19, peneliti membutuhkan beberapa referensi yang lalu digunakan untuk mengetahui keistimewaan skripsi ini serta sebagai bahan perbandingan bahwa skripsi ini memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya sehingga tidak dianggap menduplikasi karya orang lain:

Pertama, Skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang batik di pusat grosir Solo kota Surakarta tahun 2015” karya Aswita Novriani.¹³ Dalam penelitian ini,

¹³ Aswitia Novriani, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Batik di Pusat Grosir Solo Kota Surakarta Tahun 2015,” 2016, <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/55366/Analisis-Faktor-Faktor-yang-Mempengaruhi-Pendapatan-Pedagang-Batik-di-Pusat-Grosir-Solo-Kota-Surakarta-Tahun-2015>.

penulis membahas faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang grosir Solo Surakarta.

Dalam skripsi ini, peneliti menyimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan yang didapatkan oleh pedagang yaitu modal, jumlah tenaga kerja yang dimiliki dan lamanya usaha tersebut berdiri. Penulis berpendapat bahwa jumlah tenaga kerja yang dimiliki pedagang juga memiliki pengaruh yang besar sehingga dapat meningkatkan omset yang akan didapat oleh pedagang batik itu sendiri. Selain itu, modal dan keterampilan sangatlah penting untuk meningkatkan jumlah penjualan serta mendapatkan pencapaian yang maksimal.

Setelah pemaparan di atas, tentu bisa dilihat beberapa perbedaan yang sangat jelas yaitu lokasi penelitian, waktu penelitian dan fokus penelitian. Lokasi yang dipilih Aswitia Novriani adalah kota Solo Surakarta, sedangkan dalam penelitian ini, peneliti memilih Pasar Beringharjo yang berada di kota Yogyakarta. Lalu, penelitian ini tidak terikat pada masa tertentu, sedangkan penelitian ini hanya berfokus pada masa pandemi Covid-19 saja. Adapun persamaan yang dimiliki kedua penelitian ini adalah sama-sama ingin mengetahui faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang batik.

Kedua, Jurnal karya Rizki Nor Halimah dkk yang berjudul “Analisis dampak Covid -19 terhadap Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Klaten

dan Wonogiri” ini membahas tentang bagaimana Covid-19 mempengaruhi sistem perekonomian yang ada di pasar Klaten dan Wonogiri.¹⁴

Pada hasil penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang besar yang disebabkan oleh pandemik covid 19 terhadap perekonomian di Pasar Klaten dan Wonogiri. Pengaruh yang dimaksudkan adalah penurunan omset yang didapatkan oleh para pedagang sebanyak 50%. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif.

Persamana antara kedua penelitian ini adalah sama-sama menganalisis pendapatan pedagang di Pasar selama masa Pandemi Covid-19. Akan tetapi kedua penelitian ini juga memiliki perbedaan antara lain metode penelitian, subjek penelitian, lokasi penelitian dan fokus penelitian. Jika jurnal karya Rizki Nor Halimah Dkk, dilakukan di Pasar Klaten dan Wonogiri, maka penelitian ini hanya dilakukan di Pasar Beringharjo. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif sedang Jurnal tersebut menggunakan metode kuantitatif. Selain itu, penelitian ini hanya berfokus pada pendapatan pedagang batik, sedangkan jurnal tersebut tidak memiliki fokus khusus yakni meliputi banyak pedagang seperti pedagang snack, pedagang sayur dan pedagang makanan.

¹⁴ Rizki Nor Azimah et al., “ANALISIS DAMPAK COVID-19 TERHADAP SOSIAL EKONOMI PEDAGANG DI PASAR KLATEN DAN WONOGIRI,” *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial* 9, no. 1 (June 29, 2020): 59–68, <https://doi.org/10.15408/empati.v9i1.16485>.

Ketiga, jurnal karya Fahrul Yamali dan Ririn Noviayanti Putri yang berjudul “Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia memusatkan pembahasan pada pengaruh Covid-19 terhadap perekonomian di Indonesia”.¹⁵ Pada jurnal ini membahas secara menyeluruh bagaimana dampak Covid-19 terhadap berbagai aspek perekonomian yang terjadi di Indonesia. Jurnal ini menggunakan metode literatur yang diambil dari berbagai sumber sehingga penulis tidak secara langsung turun ke lapangan. Selain itu jurnal ini membahas dampak Covid-19 mencakup berbagai negara. Pada Jurnal ini, menyimpulkan bahwa Pandemi Covid-19 memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian di Indonesia. Hal ini dapat dilihat banyaknya perusahaan yang melakukan PHK besar-besaran, terjadinya penurunan *PMI Manufacturing Indonesia*, penurunan impor barang, inflasi, penutupan hotel dan banyaknya penerbangan yang dibatalkan.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian terdahulu sangat berbeda dengan penelitian kali ini yang hanya memfokuskan dampak Covid-19 terhadap pendapatan pedagang batik di Pasar Beringharjo. Penelitian skripsi ini dilakukan secara langsung turun ke lapangan untuk mendapatkan data-data guna menjawab rumusan masalah.

¹⁵ Fahrul Yamali dan Ririn Noviayanti Putri, Dampak Covid-19 terhadap Perekonomian di Indonesia, Jurnal Ekonomi, Vol 4 No. 2 (2020)

Keempat, Jurnal penelitian karya Sarni dan Mardiyani Sidayat yang berjudul “Dampak Covid-19 terhadap Pendapatan Petani Sayuran di Kota Ternate”.¹⁶ Pada jurnal penelitian ini membahas bagaimana dampak pandemi Covid-19 terhadap pendapatan petani sayuran yang ada di kota Ternate. Pengambilan data menggunakan metode kuantitatif melalui pengisian kuesioner. Pada penelitian ini, penulis membahas tentang bagaimana perbedaan pendapatan petani sayur sebelum dan pada masa pandemi. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa pandemi memiliki dampak yang sangat besar terhadap pendapatan para petani sayur di kota Ternate.

Penelitian karya Sarni dan Mardiyani Sidayat dan penelitian kali ini memiliki persamaan serta perbedaan. Persamaan kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti dampak Covid-19 terhadap pendapatan. Akan tetapi, perbedaannya adalah jurnal penelitian tersebut menganalisis pengaruh pendapatan petani sayur di kota Ternate. Sedangkan penelitian ini menganalisis pengaruh Covid-19 terhadap pendapatan pedagang batik di pasar Beringharjo serta menganalisis upaya yang dilakukan pedagang batik dalam menghadapi pandemi Covid-19.

¹⁶ Sarni Sarni and Mardiyani Sidaya, “DAMPAK PANDEMI COVID 19 TERHADAP PENDAPATAN PETANI SAYURAN DI KOTA TERNATE,” *Prosiding Seminar Nasional Agribisnis* 1, no. 1 (November 23, 2020): vol. 1, <http://ejournal.unkhair.ac.id/index.php/semnasagribisnis/article/view/2460>.

Kelima, Jurnal penelitian kaya Andi Amri yang berjudul “Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia”.¹⁷ Dalam jurnal penelitian ini memaparkan bagaimana pengaruh Covid-19 terhadap UMKM yang ada di Indonesia dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut jurnal ini, kondisi UMKM di Indonesia mengalami penurunan kapasitas dengan signifikan. Penurunan tersebut berupa menurunnya jumlah barang yang di produksi dan pendapatan di tengah pandemi Covid-19.

Persamaan penelitian yang di lakukan oleh Andi Amri dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis bagaimana dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian. Perbedaan kedua penelitian ini terletak pada objek penelitian, yakni penelitian terdahulu menganalisis dampak menyeluruh di Indonesia, sedangkan penelitian ini hanya menganalisis dampak yang terjadi pada pedagang batik di pasar Beringharjo serta strategi adaptasi yang dilakukan para pedagang agar tetap dapat bertahan di masa pandemic Covid-19.

Berdasarkan pemaparan penelitian-penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa penelitian kali ini memiliki perbedaan dan belum pernah ada yang melakukan penelitian terkait dengan penelitian Pengaruh dan Strategi Pedagang Batik dalam meghadapi Pandemi Covid-19 di Pasar Beringharjo Yogyakarta.

¹⁷ Andi Amri, “DAMPAK COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA,” *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran* 2, no. 1 (June 29, 2020): 123–31.

G. Kerangka Teori

1. Pandemi Covid-19

Covid-19 merupakan penyakit menular jenis baru yang baru ditemukan di dunia.¹⁸ Orang yang terinfeksi virus ini akan mengalami gangguan pernafasan mulai dari flu biasa hingga *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS).¹⁹ Bahkan yang paling serius adalah dapat membuat seseorang tersebut kehilangan nyawa. Virus ini pertama kali ditemukan di Wuhan China pada akhir tahun 2019 lalu. Covid-19 diduga berasal dari pasar hewan dan makanan laut yang terletak di kota Wuhan, sebab ditemukan penularannya berasal dari hewan ke manusia. Banyak berasumsi bahwa virus ini berasal dari ular dan kelalawar.²⁰

Seseorang yang Positif Covid-19 akan mengalami gejala seperti batuk kering, demam tinggi, suhu badan mencapai 38°C dan sesak nafas. Biasanya, orang yang terkena Covid-19 sebelumnya pernah berpergian ke wilayah yang terkonfirmasi virus Covid-19 dan kontak fisik dengan penderita Covid-19. Seseorang yang terkonfirmasi positif Covid-19 dapat

¹⁸ World Health Organization, *Coronavirus*, Topik Kesehatan, https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1 diakses pada 13 Desember 2020 pukul 08.40

¹⁹ Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, *Corona Virus*, 2020, Artikel <https://www.kemkes.go.id/folder/view/full-content/structure-faq.html> diakses pada 26 Desember 2020 Pukul 11.00 Wib.

²⁰ mediaindonesia.com developer, "Ada Dugaan Virus Korona di Wuhan Dari Sup Kelelawar," January 24, 2020, <https://mediaindonesia.com/internasional/285494/ada-dugaan-virus-korona-di-wuhan-dari-sup-kelelawar>.

disembuhkan apabila mendapatkan penanganan dengan cepat dan tepat. Sebaliknya, seseorang yang berakibat tidak dapat disembuhkan atau meninggal dikarenakan adanya penyakit komplikasi. Selain itu, sembuh atau tidaknya orang yang positif Covid-19 tergantung dengan imunitas tubuh masing-masing pasien.

Penularan dan penyebaran yang sangat cepat ini membuat orang yang positif Covid-19 meningkat dalam setiap harinya. Pada tanggal 15 Maret 2020, Pemerintah menetapkan wabah Covid-19 menjadi status bencana sosial. Berikut adalah jumlah orang yang terkonfirmasi Covid-19 per 30 Desember 2020.²¹

Tabel 3. Tabel Kasus Virus Covid-19

Total Kasus	Sembuh	Meninggal	Penanganan
727.122	597.693	21.703	107.726

Situasi seperti ini membuat pemerintah mengambil banyak kebijakan untuk memutus rantai penyebaran virus Covid-19. Adapun beberapa kebijakan yang telah diambil Pemerintah adalah sebagai berikut:

- a. Sistem belajar mengajar secara daring
- b. *Lockdown*

²¹Google News, *Virus Corona(Covid-19)*, 2020, Berita <https://news.google.com/covid19/map?hl=id&mid=/m/03ryn&gl=ID&ceid=ID:id> diakses pada 30 Desember 2020 pukul 16.20.

- c. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)
- d. Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM)

Selain itu, setiap orang wajib menggunakan masker, jaga jarak dan pembatasan sosial. Kebijakan diambil pemerintah tentu saja menimbulkan masalah terhadap sector perekonomian. Seperti banyaknya orang yang kehilangan pekerjaan akibat perusahaan yang mengalami kerugian, tempat hiburan ditutup, tempat pariwisata sepi pengunjung, tagihan internet yang meningkat dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa Pandemi Covid-19 tentu memiliki pengaruh yang besar terhadap perekonomian di Indonesia. Hal ini disebabkan banyaknya pusat perbelanjaan yang tutup, pengurangan jumlah karyawan, penutupan tempat wisata dan pembatasan kegiatan sosial.

2. Strategi Adaptasi

Strategi merupakan upaya yang dijalani seseorang untuk mencapai tujuan yang telah dianalisa faktor internal dan eksternal. Kata Strategi berasal dari bahasa Yunani, stratos yang berarti tentara dan ago yang artinya pemimpin. Maka dapat disimpulkan bahwa strategi berdasarkan dunia militer adalah sebuah ilmu yang digunakan untuk menyusun

rencana dan kiat-kiat yang harus dilakukan ketika operasi militer dalam skala besar agar dapat memenangkan pertempuran.

Adaptasi merupakan kemampuan makhluk hidup untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sehingga dapat melangsungkan hidup. Setiap organisme akan bereaksi ketika mengalami suatu perubahan di dalam hidupnya. Agar dapat terus mempertahankan hidupnya, Oleh karena itu, setiap orang harus berusaha menyesuaikan diri terhadap perubahan yang terjadi di lingkungannya yang disebut sebagai adaptasi. Menurut Suparlan, adaptasi merupakan proses yang dibutuhkan untuk memenuhi syarat-syarat agar dapat terus melangsungkan kehidupan.²² Syarat-syarat tersebut diantaranya:

1. Syarat dasar alamiah-biologis(makan, minum, kesehatan)
2. Syarat dasar kejiwaan(ketenangan, kebahagiaan)
3. Syarat dasar sosial(keturunan, hubungan sosial, kebudayaan)

Seiring berjalannya waktu, sikap dan perilaku manusia terus berubah seiring berubahnya lingkungan hidupnya. Rangsangan dari lingkungan membuat manusia juga ikut berubah. Respon seperti ini sudah menjadi sifat alamiah seseorang agar dapat selalu bertahan di lingkungan hidupnya. Selain itu, sikap tidak ingin terasingkan dan ketinggalan membuat manusia selalu berusaha mengimbangi keadaan sekitar dan

²² Tim Pengemban Ilmu Pendidikan FIP-UPI, *Ilmu dan aplikasi pendidikan*, PT. Imperial Bhakti Utama, 2007, cet 2.

zaman. Bukti adaptasi merupakan sifat alamiah manusia adalah ketika musim dingin, setiap orang memakai baju yang hangat agar tidak terhindar dari rasa dingin. Menghadapi situasi pandemi Covid-19 membuat setiap orang harus menyesuaikan diri agar tidak terpapar virus ini. Proses adaptasi ini dapat dilihat dari berbagai kebijakan yang dibuat oleh pemerintah. Sebab, setiap orang harus menyadari bahwa hidup harus terus berjalan sehingga mau tidak mau mereka harus berusaha menyesuaikan diri ketika pandemi. Adapun bentuk adaptasi tersebut adalah dilakukannya *Physical distancing*, memakai masker, new normal, pembatasan sosial berskala besar (PSBB), pengecekan suhu badan, menggunakan *hand sanitizer* dan sering mencuci tangan. Adaptasi di masa pandemi tidak hanya berusaha untuk terhindar dari virus Covid-19 saja, akan tetapi juga beradaptasi terkait kondisi ekonomi yang menurun secara menyeluruh.

Proses adaptasi manusia terhadap lingkungan bukan saja untuk mempertahankan hidupnya, akan tetapi agar tidak mengalami ketertinggalan zaman. Berikut adalah contoh proses adaptasi manusia terhadap lingkungan, antara lain:

1. Ketika teknologi informasi semakin canggih membuat manusia bersaing untuk menggunakan *social media* dan *smartphone* canggih

2. Saat musim hujan tiba, setiap orang membawa jas hujan, payung atau baju hangat setiap kali berpergian
3. Penduduk yang bertempat tinggal di daerah pantai, sebagian besar bermata pencaharian sebagai nelayan, sedangkan yang tinggal di gunung bermayoritas sebagai petani
4. Di masa pandemi Covid-19, setiap orang akan mengenakan masker setiap kali bepergian agar terhindar dari virus Covid-19.

Menurut Edi Suharto, strategi bertahan dalam ilmu ekonomi adalah sebagai berikut.

1. Strategi Aktif

Strategi aktif merupakan strategi dengan mengoptimalkan segala potensi untuk melakukan aktivitas sendiri, menambah jam kerja, memanfaatkan sumber , tanaman liar dan lingkungan sekitar yang dapat dimanfaatkan.

2. Strategi pasif

Strategi pasif merupakan strategi yang digunakan untuk mengurangi pengeluaran dana guna memenuhi kebutuhan hidup.

3. Strategi jaringan

Strategi jaringan merupakan strategi yang digunakan untuk menjalin relasi, baik secara formal maupun informal dengan lingkungan sosial dan lingkungan kelembagaan.

3. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Secara etimologis pendapatan berasal dari kata “dapat” yang artinya diperoleh. Kemudian awalan “pen” dan akhiran “an” yang bermakna hasil pencarian atau usaha.²³ Jadi, pengertian pendapatan adalah hasil pencaharian atau usaha yang diperoleh seseorang dalam waktu sehari, seminggu atau sebulan. Sedangkan menurut Winardi dalam Kamus Ekonomi pada 1981 menjelaskan bahwa pendapatan atau penghasilan merupakan hasil berupa uang atau jenis material lain yang bersumber dari penggunaan kekayaan dan jasa individu.

Pendapatan merupakan besar kecilnya uang yang didapat dari penjualan suatu barang dan jasa dari pembeli. Pendapatan adalah hasil dari penjualan yang telah dikurangi dengan biaya modal. Jadi, hasil penjualan yang belum dikurangi biaya modal bukanlah suatu pendapatan. Menurut Munandar, pendapatan adalah bertambahnya asset individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang memberikan dampak besar terhadap kelangsungan usaha itu sendiri.

Pendapatan merupakan salah satu indikator dalam upaya perkembangan suatu negara. Tingkat kesejahteraan masyarakat dari diukur dari seberapa besar pendapatan yang diperoleh. Tujuan

²³ Poerwadarminta, “Kamus Umum Bahasa Indonesia” (Jakarta: PN Balai Pustaka, 1984).

dilakukannya kegiatan jual-beli adalah untuk memperoleh pendapatan sebanyak-banyaknya. Hal ini dikarenakan berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dan gaya hidup seseorang. Setiap orang memiliki jumlah pendapatan yang berbeda sebab pendapatan dipengaruhi oleh jenis kegiatan usaha yang dilakukan dan jenis pekerjaan yang dijalani.

Dari penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pendapatan merupakan hasil dari penjualan yang didapat setelah dikurangi dengan biaya modal.

b. Macam-macam Pendapatan

Berikut ini adalah jenis-jenis Pendapatan, antara lain:

1) Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor merupakan hasil dari penjualan yang sama sekali belum dikurangi dengan biaya tanggungan selama proses produksi dan biaya penjualan yang lain. Misalnya, sebuah toko baju yang memiliki pendapatan selama sebulan penjualan namun belum dikurangi dengan biaya sewa toko, gaji karyawan, biaya transport dan biaya produksi.

2) Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih adalah pendapatan akhir yang telah dikurangi seluruh beban biaya yang ditanggung selama proses penjualan.

c. Hal-hal yang mempengaruhi pendapatan

1) Modal

Modal merupakan salah satu hal yang mempengaruhi besar kecilnya pendapatan yang akan didapatkan seseorang ketika melakukan kegiatan ekonomi. Secara luas, modal bisa diartikan sebagai uang dan barang yang meliputi mesin, barang dagangan dan pabrik. Modal merupakan indikator penting dalam melakoni suatu usaha, baik berskala kecil, menengah maupun berskala besar.

²⁴Adapun jenisnya, modal dibagi menjadi 2, yakni :

a) Modal Tetap

Yang dimaksud dengan modal tetap adalah modal yang dapat memproduksi suatu barang dalam jangka waktu yang lama dan tidak dipengaruhi oleh besar atau kecilnya pendapatan. Contoh modal tetap adalah mesin produksi.

b) Modal Lancar

Yang dimaksud dengan modal lancar adalah modal yang hanya bisa dipakai dalam satu kali produksi saja. Contoh modal lancar adalah bahan-bahan baku yang digunakan untuk memproduksi suatu barang.

²⁴ Tulus Tambunan, *Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia : Beberapa Isu Penting* (Jakarta: Salemba Empat, 2002).

Bagi pelaku usaha modal uang dibutuhkan sangat berpengaruh terhadap skala produksi dan jenis barang yang dijual. Namun, bagi seorang karyawan modal yang dibutuhkan adalah pendidikan dan *skill* yang dimiliki. Jika memiliki pendidikan yang memadai serta *skill* yang mumpuni tentu akan mendapatkan pekerjaan yang baik dan gaji yang terbaik. Sebaliknya, apabila seseorang tidak memiliki pendidikan yang tinggi dan *skill* tentu akan kesulitan mendapatkan pekerjaan dengan gaji yang baik.

2) Jam Kerja

Jam kerja juga mempengaruhi seberapa besar pendapatan yang akan didapatkan oleh seorang pengusaha dan karyawan biasa. Jam kerja merupakan waktu yang digunakan seorang pedagang, pengusaha maupun perusahaan dalam berjualan dan bekerja.

Pendapatan pengusaha yang membuka toko selama 10 jam dan pengusaha yang membuka toko selama 12 jam perhari tentu pendapatan yang diperoleh keduanya akan memiliki perbedaan. Sebab, toko yang dibuka selama 12 jam akan memiliki peluang yang lebih dibandingkan toko yang dibuka hanya 10 jam. Begitun gaji karyawan yang bekerja selama 7 jam kerja selama perhari akan berbeda dengan karyawan yang berkerja selama 10 jam per hari.

Menurut Bondan Supraptilah dalam Ananta, jam kerja seseorang dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:²⁵

- a) Jika jam kerja seseorang kurang dari 35 jam per minggu, maka dikategorikan menjadi pekerja dibawah jam normal.
- b) Jam kerja antara 35-44 jam per minggu, maka dikategorikan pekerja dengan jam kerja normal.
- c) Jika seseorang berkerja di atas 45 jam per minggu, maka dikategorikan dengan bekerja dengan jam kerja panjang.

3) Pengalaman

Ketika memulai suatu usaha, yang teramat penting dalam prosesnya adalah pengalaman si pelaku usaha. Pengalaman merupakan bagian terpenting agar usaha yang dijalankan semakin maju dan berkembang. Seseorang yang telah memiliki pengalaman dalam menjalankan usaha dapat mengerti situasi dimana penjualan akan naik dan turun sehingga dapat mengantisipasi ketika pasar mulai sepi dengan cara melakukan berbagai inovasi agar tetap menarik perhatian pelanggan. Begitupun dengan seseorang yang telah lama membuka toko akan mendapatkan pelanggan tetap karena telah percaya terhadap toko tersebut.

²⁵ Hatmaji Ananta, *Landasan Ekonometrika* (Jakarta: PT Gramedia Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1985), 75.

Sejalan dengan seseorang yang telah memiliki pengalaman dalam bidang usaha, maka akan bertambah juga pengetahuan dan keterampilan seseorang dalam menjalankan usaha tersebut. Hal ini dikarenakan si pelaku usaha tersebut sudah menguasai situasi dan kondisi usaha serta selalu melakukan perbaikan ke depannya.

Pengaruh pengalaman seseorang dalam menekuni bidang usaha akan mempengaruhi kemampuan profesional pelaku usaha tersebut.²⁶ Keterampilan dalam berbisnis kian bertambah seiring dengan lamanya bisnis tersebut berjalan sehingga makin bertambah pula relasi yang terjalin antara pembisnis dan pelanggan.

4. Pedagang

Pedagang merupakan orang yang berupaya menjual barang dagangan agar dapat menghasilkan uang untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Pedagang merupakan unsur penting dalam proses jual beli. Hal ini dikarenakan pedagang merupakan orang yang akan menyediakan suatu barang yang akan dibutuhkan oleh pembeli. Menurut jenis usaha, pedagang dibagi menjadi 2 yaitu:

a. Pedagang Mikro

Pedagang mikro merupakan pedagang dengan jenis usaha skala kecil yang biasanya dilakukan oleh kalangan masyarakat lapisan

²⁶ "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Yogyakarta" (Yogyakarta, Universitas Gajah Mada, 2008).

bawah. Pedagang jenis ini biasanya tidak memiliki pendidikan tinggi, keterampilan yang rendah, sebagian besar pelanggan berasal dari kelas bawah, biasa dilakukan secara mandiri atau sedikit pegawainya serta berjualan dengan sistem eceran.

b. Pedagang Makro

Pedagang makro adalah jenis pedagang yang menjalankan usaha dalam skala yang besar. Biasanya, pedagang jenis ini sudah memiliki keterampilan dan pengalaman sehingga dapat menjalankan usaha dalam skala besar. Pedagang jenis ini membutuhkan banyak jumlah karyawan untuk menjalankan usahanya baik dalam proses produksi maupun penjualannya.

5. Batik

Batik merupakan kain yang proses penggambaran dan pembuatannya dilakukan dengan cara khusus. Dahulu, batik hanya digunakan di lingkungan keraton saja. Namun, semakin berkembangnya zaman penggunaan batik akhirnya digunakan untuk masyarakat luas. Saat ini batik telah ditetapkan menjadi warisan budaya Indonesia (*Indonesian Cultural Heritage*) oleh *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation* (UNESCO) pada 02 Oktober 2009.

Sejarah batik di Indonesia memiliki hubungan yang erat terkait dengan perkembangan kerajaan Majapahit dan penyebaran Islam di Tanah Jawa.

²⁷ Berdasarkan catatan sejarah, pengembangan batik mulai dilakukan sejak masa kejayaan kerajaan Mataran, lalu pada masa kerajaan Solo kemudian Yogyakarta. Sampai akhirnya, batik terus berkembang sampai kerajaan dan raja-raja selanjutnya sampai saat ini.

Kain yang berasal dari pulau Jawa ini memiliki kerumitan ketika proses pembuatannya dalam hal motif dan pewarnaan. Motif pada batik tidak hanya sekedar asal menggambar saja, akan tetapi motif-motif tersebut memiliki makna yang kental akan filosofi hidup. Namun, semakin berkembangnya zaman kreasi seni batik ini tidak hanya bersentuhan dengan budaya jawa saja, akan tetapi telah bersentuhan dengan budaya lain seperti China, India dan Timur Tengah ketika proses pemberian motif dan pewarnaan.

Batik yang awalnya hanya digunakan oleh keluarga keraton, kini sudah semakin berkembang popularitasnya ke khalayak ramai bahkan telah terkenal di mancanegara. Batik mulai berkembang pada abad ke-10 ketika para pengrajin Jawa banyak mengimpor kain yang putih yang berasal dari India. Pada masa kerajaan Mataram I dan II Batik mencapai puncak keemasannya yang saat ini telah dipecah menjadi keraton Surakarta dan keraton Yogyakarta. Batik tidak lagi hanya menjadi kain khas bagi masyarakat lokal, akan tetapi suatu ide bisnis untuk

²⁷ Jabarprov, *Sejarah Batik Indonesia*, melalui <https://jabarprov.go.id/index.php/pages/id/300>, diakses pada 05 Januari 2021.

menghasilkan uang. Meningkatnya permintaan batik juga membuat pengusaha batik juga kian bertambah. Batik menjadi ide bisnis yang menjanjikan sebab popularitas batik sudah sampai mancanegara. Oleh karena itu, batik merupakan salah satu produk ekspor andalan dari Indonesia.

Menurut Nus Nuzulia Ishak, jumlah ekspor batik Indonesia makin meningkat di setiap tahunnya. Dari tahun 2010 hingga 2014, terjadi peningkatan jumlah ekspor batik sampai dengan 153 persen. Pada tahun 2019, Industri batik ikut mendorong pertumbuhan ekonomi mencapai 18,98 persen.²⁸

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa Batik memiliki peranan yang penting dalam mendukung perekonomian di Indonesia. Adapun berdasarkan pembuatan, jenis batik dibedakan menjadi dua yaitu:

a. Batik tulis

Batik tulis adalah jenis batik yang proses pembuatannya dilakukan dengan cara tradisional, yakni menggunakan sebuah canting yang telah diisi dengan lilin cair yang akan digunakan untuk melapisi motif kain yang telah didesain.

²⁸ Kemenprin, *Diminati Pasar Global, Ekspor Batik Dibidik Naik 8 Persen*, <https://kemenperin.go.id/artikel/20650/Diminati-Pasar-Global,-Ekspor-Batik-Dibidik-Naik-8-Persen> diakses pada tanggal 4 Januari 2021 pukul 22.05 Wib.

b. Batik Cap

Batik cap adalah batik yang proses pembuatannya menggunakan canting yang sudah memiliki cap lalu dicapkan dan ditekan pada kain mori yang telah disiapkan.

6. Pasar

a. Pengertian pasar

Dalam bahasa Latin, pasar berasal dari kata “mercatus” yang berarti pedagang atau suatu tempat untuk berdagang.²⁹ Pasar dalam arti sempit merupakan tempat terjadinya suatu transaksi yang berhubungan dengan aktivitas jual-beli barang dan jasa. Menurut William J Stanton, Pasar adalah sekelompok orang yang berkeinginan memenuhi kepuasan, menghasilkan uang dan membelanjakan uang.³⁰ Secara umum, pasar digambarkan sebuah tempat bertemunya antara orang yang menyediakan barang dan orang yang membutuhkan barang sehingga pergi ke pasar. Dalam usaha pertumbuhan ekonomi pasar memiliki peran yang amat penting karena melalui transaksi-transaksi yang terjadi di pasar tersebut dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di suatu negara.

²⁹ Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Pasar* (Padang:Kencana, 2018), hlm. 9

³⁰ Serafica Gishca, *Pasar: Pengertian, Fungsi, Ciri-ciri dan Jenisnya*, 2020, Artikel <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/27/120000769/pasar-pengertian-fungsi-ciri-ciri-dan-jenisnya> diakses pada tanggal 4 January 2021 pukul 22.30 Wib.

Menurut teori ekonomi, pasar merupakan suatu keadaan terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli setelah adanya kesepakatan antar kedua belah pihak terhadap barang yang akan menjadi objek transaksi³¹. Dalam konteks ini teori ekonomi tidak mengaitkan arti pasar dengan suatu tempat, akan tetapi lebih mengedepankan transaksi jual beli terhadap suatu barang dan jasa. Transaksi yang terjadi bersifat memberikan keuntungan baik bagi penjual maupun pembeli.

Perkembangan zaman yang ditandai dengan akselerasi teknologi informasi membuat pengertian dan makna pasar menjadi semakin luas. Sehingga, pasar tidak hanya dikatakan suatu tempat yang memiliki bangunan saja, akan tetapi lebih dari itu. Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat membuat pasar tidak hanya digambarkan sebagai suatu tempat yang biasa dikunjungi secara fisik. Akan tetapi, orang-orang sudah dapat mencari barang kebutuhan melalui pasar internet dari rumah. Sehingga sebagian besar tidak perlu lagi pergi jauh-jauh untuk membeli barang yang diinginkan. Saat ini sudah banyak sekali aplikasi yang menyediakan layanan jual beli melalui internet. Aplikasi jenis ini disebut dengan *marketplace* atau pasar *online*. Namun walaupun begitu masih banyak sekali pedagang yang

³¹ Zayinul Fata, "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang batik (Study Kasus di Pasar Klewer, Solo, Jawa Tengah)," 2010, <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/11369/Analisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-pendapatan-pedagang-batik-Study-Kasus-di-Pasar-Klewer-Solo-Jawa-Tengah..>

tetap bertahan berjualan di pasar secara *offline*. Selain sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, pasar juga memiliki 2 fungsi antara lain:

1) Distribusi

Fungsi pasar sebagai distribusi adalah menyediakan barang-barang yang dibutuhkan oleh konsumen. Proses penyaluran barang-barang tersebut disediakan melalui produsen yang akan menjual barang tersebut kepada para konsumen. Dengan ini, konsumen akan lebih mudah mendapatkan barang.

2) Pembentukan harga

Dalam proses jual-beli akan terjadi proses tawar-menawar antara penjual dan pembeli mengenai kesepakatan harga. Proses inilah yang disebut dengan istilah harga pasar.

b. Jenis-Jenis Pasar

1. Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan pasar yang pembangunan dan pengelolaannya dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Desa. Setelah pembangunan dan perencanaan, maka dilakukannya kerja sama dengan toko atau usaha milik para pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat dan koperasi.

Menurut Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Pasal 28 I ayat (3) dan Pasal 32 ayat (1), menyatakan bahwa pasar tradisional merupakan tempat paling strategis untuk mengembangkan budaya khususnya budaya interaksi dan komunikasi serta menjaga nilai-nilai kearifan lokal. Sedangkan menurut Pepres RI No. 112 tahun 2007 menyatakan bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dikelola dan dibangun oleh Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dengan tempat usaha berbentuk toko, kios, los, dan tenda yang dijalankan oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat dan koperasi serta skala usaha yang tergolong kecil, modal yang kecil dan terdapat proses tawar menawar.³²

Di tengah maraknya pembangunan dan pengembangan pasar modern seperti *Mall*, *Supermarket*, *Minimarket* dan lainnya, tidak membuat pasar tradisional hilang begitu saja. Sampai saat ini, pasar tradisional masih memiliki eksistensi di mata pengunjung karena memiliki nilai keramah tamahan yang menjadi ciri khas tersendiri pasar tradisional. Pasar tradisional memiliki keunikan yang tidak akan dijumpai pengunjung di pasar modern. Aktivitas jual-beli di pasar tradisional tidak luput dari proses tawar menawar hingga mencapai

³² “PERPRES No. 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern [JDIH BPK RI],” 5, accessed April 2, 2021, <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/42157/perpres-no-112-tahun-2007>.

harga kesepakatan. Proses tawar menawar ini diharapkan dapat menguntungkan kedua belah pihak, baik penjual maupun pembeli. Para pedagang pasar tradisional ini berlomba-lomba memberikan kenyamanan dalam berbelanja, berusaha memberikan tawaran terbaik untuk menarik minat pembelinya.

Kearifan lokal yang dimiliki pasar tradisional membuat pasar jenis ini memiliki kekurangan. Sering dijumpai, ketika berkunjung ke pasar tradisional dapat disaksikan banyaknya sampah-sampah yang dibuang sembarangan sehingga menimbulkan bau yang tidak sedap. Sebab inilah yang membuat sebagian besar orang memilih untuk beralih ke pasar modern.

2. Pasar Modern

Pasar modern merupakan suatu tempat perbelanjaan yang pembangunannya dilakukan oleh pemerintah maupun swasta yang berbentuk mall, supermarket, *departemen store* dan *shopping centre*.

Bentuk dan fasilitas pasar modern sangat mengutamakan kenyamanan pelanggan ketika berbelanja. Biasanya, bentuk pasar modern sudah ditandai dengan bangunan yang sangat bagus dan bahkan mewah.

Pasar modern sendiri tercipta dari kekurangan pasar tradisional. Barang yang dijual di pasar modern pun hampir sama dengan yang ada di pasar tradisional, seperti pakaian, bahan makanan, elektronik dan lain sebagainya.

Berdasarkan bentuk dan kondisinya, pasar modern dan pasar tradisional memiliki perbedaan yang sangat kontras. Jika pasar tradisional dikenal dengan tempatnya yang kurang bersih, maka di pasar modern akan diberikan pelayanan tempat yang bersih, ruang ber AC dan wangi. Selain itu, para pengunjung tidak perlu lagi melakukan tawar menawar harga barang. Sebab semua barang yang ada disana sudah diberikan label harga. Pasar modern berinovasi membuat pembeli lebih mandiri, sehingga pembeli tidak perlu lagi menanyakan berapa harga barang kepada penjual. Pembeli hanya perlu mencari barang yang dibutuhkan sesuai dengan kategori barang pada tempat yang telah disediakan. Misal, jika pembeli mencari beras atau sayur maka pembeli hanya perlu mencari barang dengan kategori bahan makanan. Setelah mengumpulkan barang yang diinginkan, pembeli bisa membayar barang tersebut di kasir dengan cara mengantri terlebih dahulu.

c. Pemasaran

1. Definisi Pemasaran

Pemasaran merupakan sebuah upaya yang dilakukan baik perusahaan, pedagang atau penjual untuk menawarkan barang dan jasa demi kelangsungan usahanya. Pemasaran adalah hal yang penting dalam berbisnis, hal ini dikarenakan berlanjut atau tidaknya suatu usaha ditentukan dari proses pemasaran dan hasil dari pemasaran.

Menurut Budi Rahayu Tanama, pemasaran merupakan kegiatan sosial dan manajerial individu dan kelompok untuk memperoleh apa yang menjadi kebutuhan dan inginkan dengan melakukan kegiatan pertukaran produk dan jasa atau lebih dikenal kegiatan jual dan beli.³³

Arti pemasaran adalah sebuah sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang dimaksudkan untuk merencanakan, menetapkan harga, menawarkan/mempromosikan dan mendistribusikan produk baik barang maupun jasa yang dapat memenuhi kepuasan dan kebutuhan konsumen.

Dalam buku yang berjudul Hermawan Kartajaya *on marketing* karya Hermawan Kartajaya berpendapat bahwa arti *marketing* adalah suatu konsep strategis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan yang berkelanjutan bagi ketiga *stakeholder* yakni, *customer*, *people* dan *shareholder*. Menurutnya, marketing atau pemasaran bukan hanya sebuah tubberuh dari sebuah organisasi, melainkan sebuah jiwa dari organisasi itu sendiri. Maka, setiap orang melakukan kegiatan tersebut harus berusaha menjadi seorang *marketer*.³⁴

Menurut Kotler dan Amstrong arti pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial antara individu dan kelompok agar

³³ Budi Rahayu Tanama Putri, Manajemen Pemasaran, Denpasar: Universitas Udayana Fakultas Peternakan. Hlm. 1.

³⁴ Hermawan Kartajaya, *Hermawan Kartajaya on Marketing* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002).

menghasilkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.³⁵

2. Konsep Pemasaran

Berdasarkan pernyataan dari Kotler, maka inti dari konsep pemasaran adalah 4PS yakni *Product, Price, Place, Promotoin*.

a) *Product*

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan dan diperjual-belikan. Dalam hal ini, yang dikatakan produk adalah berbentuk barang, pelayanan/jasa, organisasi, ide dan tempat.

b) *Price*

Price atau harga merupakan nilai jual suatu barang yang telah ditentukan berdasarkan analisis dan permintaan. Penentuan harga suatu barang atau jasa merupakan hal yang sangat penting. Harga yang ditetapkan untuk suatu barang hendaknya pas, sehingga tidak terlalu tinggi dan terlalu murah.

Oleh karena itu, penentuan harga harus dilakukan dengan sebaik mungkin berdasarkan perhitunganm untung rugi.

Sehingga tidak menetatpkan harga yang terlalu tinggi ataupun menimbulkan kerugian.

³⁵ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, 12th ed (Upper Saddle River, N.J: Pearson/Prentice Hall, 2008), 5.

c) *Place*

Diartikan dari bahas Inggris, *Place* adalah tempat. Dalam hal ini, tempat merupakan komponen yang penting dalam melakukan kegiatan bisnis. Tempat yang strategis akan memudahkan masalah transportasi dan distribusi sehingga memudahkan para pembeli untuk mengunjungi dan berbelanja di toko tersebut.

d) *Promotion*

Pada proses pemasaran, kegiatan promosi merupakan hal yang amat penting. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan manfaat barang dan jasa tersebut kepada calon pembeli atau pembeli tetap. Mempromosikan barang atau jasa dengan kreatif tentu saja akan membuat para pembeli tertarik untuk membeli barang dan jasa tersebut. Contoh promosi yang menarik adalah memberikan diskon atau potongan harga dan memberikan hadiah.

Adapun definisi pemasaran yang lebih memokuskan pada proses manajerial yaitu perencanaan, konsep, pembentukan harga, dan distribusi terhadap gagasan, barang dan jasa agar menciptakan

kepuasan antar pembeli dan penjual.³⁶ Oleh karena itu, proses pemasaran melibatkan sejumlah fungsi manajerial yang saling memiliki keterkaitan manajemen, yaitu *analysis, planning, implementation, dan control.*

H. Metode Penelitian

1. Metode dan Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan langkah yang dipilih peneliti dalam upaya mengumpulkan segala informasi yang dibutuhkan selama proses penelitian. Hal ini bertujuan untuk memudahkan peneliti untuk mendapatkan informasi dari informan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metodologi kualitatif adalah jenis penelitian yang berupaya mengumpulkan data-data baik yang bersifat tertulis atau lisan dari subjek dan objek yang diamati.³⁷ Berdasarkan definisinya, penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka lalu ditelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan dan perilaku baik secara individu maupun kelompok.³⁸

Menurut Conny R Semiawan penelitian kualitatif adalah metode penelitian dengan tujuan mencari arti sesuatu, kejadian atau

³⁶ Lili Suryati, Manajemen Pemasaran Suatu strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2015), hlm. 1-2.

³⁷ Lexy J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, (Jakarta: Rosda Karya, 2002), hlm.

³⁸ Ibid, hlm 5

kondisi secara mendalam dan terperinci.³⁹ Dilihat dari definisinya, penelitian kualitatif dilakukan dengan cara memanfaatkan wawancara terbuka, menganalisa sikap, perasaan, dan perilaku subjek itu sendiri. Sementara Pemilihan metode deskriptif dikarenakan peneliti berusaha mengumpulkan data-data yang bersifat kata-kata serta gambar. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dijelaskan secara terperinci dengan menganalisis data-data yang telah didapatkan di lapangan.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memilih pasar Beringharjo tepatnya pasar Beringharjo barat di lantai satu sebagai lokasi penelitian. Peneliti menganggap bahwa Pasar Beringharjo merupakan salah satu tempat yang sangat diminati para wisatawan lokal maupun wisatawan asing ketika berkunjung ke kota Yogyakarta. Pasar yang berada di kawasan Malioboro ini merupakan pasar yang menjual banyak jenis barang, seperti batik, tas, makanan, pakaian, sandal, sepatu dan masih banyak lagi. Serta, waktu penelitian pada skripsi ini adalah sebelum dan pada masa pandemi Covid-19.

³⁹ Prof.Dr. Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Gramedia Idiasarana Indonesia, 2010), 1–2.

3. Subjek Penelitian

Dalam menentukan subjek dalam proses penelitian ini, peneliti memilih pedagang batik yang dijadikan sebagai subjek penelitian. Adapun dalam penentuan informan, peneliti memilih informan berdasarkan kriteria yang benar-benar memahami secara pasti tentang topik dan masalah yang akan diteliti oleh peneliti.⁴⁰ Oleh sebab itu, peneliti memilih informan dengan kriteria pedagang yang telah berdagang sebelum adanya pandemi Covid-19 dan ketika menghadapi pandemi Covid-19 sehingga benar-benar merasakan perbedaan selama dua keadaan yang berbeda tersebut.

Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah sepuluh orang, yaitu:

- a) Kepala Bidang Pasar Rakyat Beringharjo yaitu bapak Gunawan Nugroho.
- b) Pedagang batik pasar Beringharjo yang berjualan di Kios yaitu ibu Arni, ibu Irin dan ibu Alberta.
- c) Pedagang batik pasar Beringharjo yang berjualan di Los yaitu ibu Siti Yatima, ibu Tiwi dan bapak Yulianto.
- d) Pedagang batik pasar Beringharjo yang berjualan di lapak yaitu bapak Hendri, ibu Sri dan ibu Ika.

⁴⁰ sari wahyuni, *Qualitative Research Method: Theory and Practice* (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 33.

4. Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan informan. Penggunaan teknik *purposive sampling* dikarenakan teknik ini dianggap lebih mampu memberikan informasi terkait kondisi dan situasi yang sebenarnya sehingga menghasilkan jawaban yang akurat.⁴¹ Berikut adalah informan yang telah dipilih oleh peneliti dan dianggap telah memenuhi kriteria:

- a) Kepala Bidang Pasar Rakyat pasar Beringharjo Yogyakarta yaitu bapak Gunawan Nugroho. Informan merupakan aktor atau pengelola pasar Beringharjo.
- b) Informan merupakan para pedagang batik yang ada di pasar Beringharjo yang meliputi pedagang batik kios, lapak dan los. Adapun informan pedagang batik kios adalah ibu Irin, ibu Arni dan ibu Alberta. Informan pedagang batik lapak yaitu, pak Hendri, ibu Ika dan ibu Sri. Informan pedagang batik los yaitu, ibu Siti yatimah, ibu Tiwi dan bapak Yulianto.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam upaya pengumpulan data, peneliti menggunakan tiga teknik penelitian yang akan dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi.⁴²

⁴¹ Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015).hlm.

⁴² Michael Quinn Patton, *Metode Evaluasi Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Belajar,2009), hlm. 138

a) Wawancara

Wawancara merupakan langkah awal yang digunakan peneliti apabila melakukan penelitian dengan metode kualitatif. Hal ini dikarenakan peneliti dapat memperoleh data secara langsung dari pihak yang terkait. Sehingga peneliti dapat menggali apa saja yang dialami dan dirasakan oleh subjek penelitian.

Wawancara merupakan percakapan antar dua pihak yaitu pewawancara (*Interviewer*) dan informan yang memiliki maksud tertentu.⁴³ Tujuan wawancara adalah untuk mencari informasi terkait suatu kejadian, organisasi, kelompok, individu, perasaan, motivasi, tuntutan dan kepedulian kemudian diverifikasi dan dianalisis kebenarannya sehingga diharapkan dapat menjadi sumber informasi untuk masa mendatang.⁴⁴

Dalam melakukan proses wawancara, peneliti membuat draf pertanyaan yang ditanyakan kepada informan. Wawancara pada penelitian ini dilakukan secara nonformal. Hal ini diharapkan agar selama prosesi wawancara tidak menimbulkan situasi yang tegang dan berjalan secara alami. Proses wawancara ini dilakukan di pasar Beringharjo dan di kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

⁴³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rosda Karya, 2002), hlm. 186.

⁴⁴ Egon G. Guba and Yvonna S. Lincoln, *Effective Evaluation*, 1st ed, A Joint Publication in the Jossey-Bass Higher Education and Social and Behavioral Sciences Series (San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1981).

Adapun narasumber yang telah peneliti wawancarai adalah Kepala Bidang Pasar Rakyat yakni bapak Gunawan Nugroho dan pedagang batik pasar Beringharjo yaitu ibu Arni, ibu Irin, Ibu Alberta, ibu Siti Yatimah, ibu Tiwi, bapak Yulianto, bapak Hendri, ibu Ika dan ibu Sri.

b) Observasi

Teknik observasi adalah teknik pengamatan yang dilakukan ketika berada di lokasi penelitian. Observasi merupakan salah satu kegiatan fundamental metode pengumpulan data terkait ilmu sosial dan perilaku individu.⁴⁵ Dalam hal ini, peneliti telah mengumpulkan data-data yang terjadi di lapangan, seperti kondisi dan keadaan yang terjadi di lokasi penelitian tersebut. Peneliti lalu mencatat apa-apa saja yang akan dibutuhkan selama proses penelitian. Observasi yang dilakukan pada ini di pasar Beringharjo yang berkaitan dengan penelitian ini.

Dalam penelitian ini, kegiatan observasi dilakukan beberapa kali untuk melihat bagaimana kondisi dan aktivitas jual-beli yang terjadi di pasar Beringharjo. Peneliti telah mengamati secara langsung terhadap kegiatan antar pedagang dan pembeli di pasar

⁴⁵ Patricia Adler and Peter Adler, *Membership Roles in Field Research* (2455 Teller Road, Thousand Oaks California 91320 United States of America: SAGE Publications, Inc., 1987), 111, <https://doi.org/10.4135/9781412984973>.

Beringharjo. Pengamatan yang dilakukan peneliti juga termasuk mengamati bentuk, kondisi, lapak, kios dan los para pedagang serta mengamati pengunjung di pasar Beringharjo.

Peneliti telah melakukan observasi di lingkungan pasar Beringharjo. Kegiatan observasi dilakukan pertama kali pada hari Jum'at 5 Maret 2021 pukul 12.30. Observasi pertama ini, peneliti melihat bagaimana kondisi pasar Beringharjo dan menyerahkan izin observasi kepada Dinas Perindustrian. Peneliti disambut antusias oleh pihak pengelola pasar Beringharjo. Setelah menyerahkan surat izin observasi, peneliti terus melanjutkan pengamatan terhadap kegiatan yang ada di pasar Beringharjo. Peneliti melihat pasar Beringharjo dalam kondisi lengang. Kondisi ini tepatnya di bagian pasar Beringharjo Barat. Sebab di pasar Beringharjo Timur masih terlihat lebih ramai hal ini dikarenakan dipasar Beringharjo Barat bermayoritas pedagang konveksi termasuk pedagang batik. Berbeda dengan pasar Beringharjo Timur yang mayoritas pedagang sayur mayor dan kebutuhan sehari-hari.

Setelah observasi pertama, selanjutnya adalah observasi kedua yang dilakukan pada hari Senin 8 Maret 2021 pukul 13.00 wib. Observasi kali ini adalah bertemu dengan Bapak Gunawan Nugroho selaku kepala Bidang Pasar Rakyat yang mengelolah

pasar Beirngharjo. Pada pertemuan ini peneliti mendapatkan dukungan untuk mengadakan penelitian di pasar Beringharjo serta mendapatkan beberapa informasi terkait penelitian.

Dilanjut pada hari Rabu 10 Maret 2020, peneliti bertemu dengan pedagang batik yang menjadi narasumber. Peneliti melakukan pengamatan kepada tiga pedagang batik dengan kriteria pedagang kios. Peneliti melihat pedagang batik asik bersantai dan tidak terlalu sibuk karena sepi pengunjung. Tak ada perbedaan antar pedagang batik kios tersebut. Kios mereka terlihat sepi tanpa pembeli. Baik kios yang berada di tempat yang strategis maupun di lorong-lorong yang tidak berada di tempat strategis.

Observasi ketiga pada hari Kamis 11 Maret 2020 pukul 13.30 Wib. Pada kegiatan observasi kali ini peneliti melakukan pengamatan terhadap pedagang batik dengan kriteria pedagang los.

Tak berbeda dengan pedagang kios, pedagang los pun mengalami hal yang serupa. Tempat mereka berjualan juga tampak sepi pembeli. Para pedagang batik tampak bercengkaramah dan bercanda karena tidak ada pembeli yang harus dilayani. Hanya terdapat beberapa kali saja adanya kegiatan transaksi jual-beli yang terjadi. Selebihnya los terus tampak sepi sepanjang hari.

Observasi terakhir dilanjutkan pada Minggu 14 Maret pukul 13.00 wib. Peneliti sengaja melakukan kegiatan observasi pada

akhir pekan untuk melihat bagaimana kondisi di pasar Beringharjo di akhir pekan. Kegiatan kali ini peneliti melakukan pengamatan terhadap pedagang dengan kriteria lapak. Tidak ada yang berbeda dari observasi sebelumnya. Lapak berjualan pedagang nampak sepi akan pembeli. Hanya ada terjadi beberapa kali kegaitan jual beli berlangsung. Peneliti sedikit tercengang melihat aktivitas yang ada di sekitar pasar Beringharjo di akhir pekan. Suasana tampak sepi dan sangat berbeda dibandingkan akhir pekan sebelum pandemi Covid-19 yang sangat ramai.

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui dokumen-dokumen yang memuat data-data yang sama terkait penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti adalah mengambil dokumen-dokumen, jurnal, berita dan foto-foto yang berkaitan dengan kegiatan yang terjadi di pasar Beringharjo baik sebelum dan ketika masa pandemi Covid-19. Hal ini digunakan untuk menunjang keabsahan data sehingga menghasilkan penelitian yang akurat, valid dan bermutu.

6. Validitas Data

Dalam upaya memperhatikan keabsahan data, maka peneliti melakukan validasi data dengan cara Triangulasi, dimana peneliti hanya berperan sebagai pengamat dan tidak berperan secara langsung terhadap kegiatan yang berlangsung. Peneliti hanya berusaha mengumpulkan data lalu membandingkan beberapa data yang telah didapatkan sebelumnya.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa perbedaan antar pedagang mengenai pendapatan dan strategi adaptasi yang mereka selama menghadapi pandemi Covid-19. Berdasarkan pernyataan pak Hendri, beliau mengatakan bahwa selama pandemi Covid-19 khususnya ketika berhenti berjualan di pasar Beringharjo beliau tidak memiliki penghasilan dan hanya mengandalkan uang tabungan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ketika ditanyakan mengenai berdagang melalui sosial media, bapak Hendri mengatakan bahwa menggunakan sosial media sebagai tempat berjualan merupakan hal yang tidak mudah dilakukan.

Hal ini berbanding terbalik dengan pedagang yang lain seperti Ibu Alberta. Ibu Alberta mengaku masih mendapatkan penghasilan ketika berhenti berjualan di masa pandemi Covid-19, hal ini disebabkan beliau beralih profesi menjadi pedagang *online shop* atau berjualan melalui *social media*. Hal yang sama pun disampaikan oleh

ibu Irin, ibu Irin menyampaikan bahwa beliau beralih profesi menjadi penjual masker dan *handsanitizer* sebagai bentuk strategi adaptasi beliau agar tetap bertahan selama masa pandemi Covid-19.

7. Teknik Analisis Data Penelitian

Setelah mendapatkan semua informasi yang dibutuhkan, selanjutnya adalah tahap analisis data penelitian. Analisis data merupakan upaya pengolahan data yang telah didapatkan di lapangan sehingga dapat menghasilkan kesimpulan. Analisis data merupakan suatu proses mencari dan menyusun data di lapangan agar dapat lebih mudah dipahami sehingga menghasilkan temuan baru bagi orang lain.⁴⁶ Adapun teknik analisis yang digunakan oleh peneliti adalah:

a) Reduksi data

Reduksi adalah untuk memusatkan, memilih data untuk menyederhanakan data yang ada di lapangan. Upaya ini dilakukan agar dapat menyajikan data secara menarik, mudah dipahami serta tidak membosankan bagi para pembaca. Proses reduksi data dilakukan terus-menerus selama proses pengumpulan data sampai akhir penyusunan laporan agar dapat dapat diverifikasi dan ditarik kesimpulan.

⁴⁶ Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 143.

b) Penyajian Data

Setelah melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Pada langkah ini, peneliti menyajikan data yang telah direduksi agar dapat dijelaskan dan dianalisis secara terperinci. Menurut Miles dan Huberman menyatakan bahwa hasil penelitian biasanya disajikan dalam bentuk teks naratif.

c) Pengambilan Kesimpulan

Tahap pengambilan kesimpulan adalah suatu upaya menarik suatu kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan, dianalisis dan disajikan serta menghubungkan data tersebut satu sama lain agar dapat menghasilkan suatu kesimpulan.

I. Sistematika Pembahasan

Pada penulisan skripsi ini, terdapat empat bab yang menjelaskan beberapa sub bab, antara lain:

BAB I : Pendahuluan. Pada Bab ini membahas tentang penegasan judul, latar belakang, rumusan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum terkait Pasar Beringharjo yang meliputi lokasi Pasar, kondisi pasar, profil

pedagang batik dan jumlah pedagang yang berjualan di pasar Beringharjo.

BAB III : Pembahasan. Pada bab berisi tentang pembahasan hasil dari penelitian yang telah dilakukan yakni strategi adaptasi dan pendapatan pedagang batik pada masa pandemi Covid-19.

Peng Pandemi Covid-19 terhadap pendapatan pedagang batik di Pasar Beringharjo. Data yang telah didapatkan tersebut tentu saja telah dianalisis dan diuji keabsahan datanya.

BAB IV : Penutup. Pada Bab terakhir ini memuat kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan beserta saran-saran.



BAB IV

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

A. Strategi Adaptasi pedagang batik dalam menghadapi pandemi Covid-19

Keputusan pedagang batik untuk berhenti berjualan selama beberapa bulan membuat pedagang batik berusaha mencari solusi lain agar tetap dapat bertahan di masa pandemi. Demi memenuhi segala kebutuhan pokok berbagai upaya pun dilakukan, seperti beralih ke profesi lain. Sebagian pedagang memilih untuk menjual barang-barang yang dibutuhkan masyarakat, seperti *handsanitizer*, masker dan makanan. Selain beralih profesi, sebagian pedagang tetap memilih berjualan batik tapi melalui media sosial.

Penggunaan sosial media untuk berjualan dianggap sangat membantu para pedagang dalam mengatasi keterpurukan ekonomi para pedagang batik pasar Beringharjo yang selama ini hanya mengandalkan pembeli dari wisatawan lokal dan wisatawan luar negeri. Selain itu, beberapa pedagang batik hanya mengandalkan uang tabungan yang telah mereka hasilkan untuk dapat memenuhi kebutuhan dapur dan kebutuhan hidup yang menggunakan uang. Hal ini dilakukan karena para pedagang tidak

mampu mengoperasikan sosial media dan menganggap bahwa menjual barang melalui sosial media bukanlah hal yang mudah. Oleh karena itu, para pedagang hanya mengandalkan uang tabungan sampai dapat berjualan di pasar Beringharjo kembali.

B. Pendapatan pedagang batik masa pandemi Covid-19

Sejak mewabahnya Covid-19 di Indonesia memberikan dampak yang serius untuk semua aspek. Salah satunya pendapatan pedagang di pasar Beringharjo Yogyakarta.. Menurunnya pendapatan pedagang batik dipengaruhi oleh beberapa kebijakan yang ditetapkan oleh Pemerintah guna memutus rantai penyebaran virus Covid-19. Pembatasan sosial yang diterapkan diberbagai wilayah membuat akses keluar masuk suatu kota juga dipersulit. Hal ini lah yang menyebabkan turunnya jumlah wisatawan dan berdampak terhadap perdagang batik di pasar Beringharjo. Penurunan jumlah pengunjung di pasar Beringharjo juga memberikan dampak penurunan pendapatan hampir 85 persen dari sebelum masa pandemi Covid-19.

Saat ditetapkan pandemi Covid-19 di Indonesia dan PSBB membuat kondisi pasar Beringharjo sepi akan pengunjung. Kondisi inilah yang lalu membuat pedagang memutuskan berhenti berjualan selama beberapa bulan. Setelah beberapa bulan berhenti berjualan, akhirnya para pedagang

batik memutuskan berjualan kembali di pasar Beringharjo. Akan tetapi walaupun sudah kembali berjualan, para pedagang batik dapat merasakan bahwa terdapat perbedaan yang besar terkait pendapatan yang mereka dapat ketika masa pandemi Covid-19 dan sebelum masa pandemi Covid-19.

C. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa saran yang dapat peneliti berikan untuk para pedagang batik pasar Beringharjo, yaitu hendaknya para pedagang batik dapat menggunakan sosial media untuk menjual barang dagangan mereka. Memanfaatkan sosial media merupakan salah satu promosi yang efektif serta merupakan bentuk untuk mengikuti perkembangan zaman dengan teknologi informasi yang sudah sangat canggih. Sebab promosi merupakan elemen yang penting untuk menarik minat para pembeli. Selain melalui *Facebook* dan *Whatsapp*, ada baiknya jika pedagang batik juga mempelajari dan berjualan melalui *Market Place* atau aplikasi yang dikhususkan untuk menjual barang-barang yang dibutuhkan orang lain.

Zaman yang semakin modern memberikan kemudahan bagi semua orang dalam segala hal, termasuk berbelanja. Berbelanja secara online sudah menjadi hobi untuk sebagian orang yang tidak ingin pergi ke pasar. Hal inilah yang kemudian menjadi peluang bisnis dan dapat

mengembangkan bisnis sebab berjualan melalui media sosial membuat jangkauan pembeli lebih banyak dari berbagai kota.

Selain itu, diharapkan untuk pengelola pasar untuk memberikan pelatihan kepada para pedagang untuk penggunaan media sosial sebagai tempat untuk berjualan serta memberikan pelatihan untuk mempromosikan barang dengan cara yang kreatif dan menarik. Jika memungkinkan, alangkah menariknya membuat *marketplace* pasar Beringharjo. Hal ini dilakukan sebagai antisipasi jika menghadapi kondisi yang serupa dengan pandemi Covid-19 serta meningkatkan pengetahuan kepada para pedagang manfaat sosial media.



DAFTAR PUSTAKA

Marrus, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Rajawali Press, 2002)

Kemdikbud, *Perjalanan Batik Menjadi Warisan Budaya Dunia*,

<<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2019/10/perjalanan-batik-menjadi-warisan-budaya-dunia>>

Disperindag, *Presentase Omset Pasar Beringharjo Per Jenis Dagangan*, Data Pengelolah
Pasar Beringharjo

Kota, Jogja, *Yogyakarta Sebagai Tujuan wisata Favorit*, melalui<

<http://investasi.jogjakota.go.id/id/more/page/78/Tujuan-Wisata>>

Yogyakarta, BPS, *Perkembangan Pariwisata Dan Transportasi Udara D.I. Yogyakarta*,
Februari 2020,

<<https://yogyakarta.bps.go.id/pressrelease/2020/04/01/1006/perkembangan-pariwisata-dan-transportasi-udara-d-i--yogyakarta--februari-2020.html>>

Novriani, Aswitia, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Batik di Pusat Grosir Solo Kota Surakarta Tahun 2015*,” 2016,

<<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/55366/Analisis-Faktor-Faktor-yang-Mempengaruhi-Pendapatan-Pedagang-Batik-di-Pusat-Grosir-Solo-Kota-Surakarta-Tahun-2015>>.

Nor, Rizki Azimah , *ANALISIS DAMPAK COVID-19 TERHADAP SOSIAL EKONOMI PEDAGANG DI PASAR KLATEN DAN WONOGIRI*, *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial* 9, No. 1 (June 29, 2020): 59–68, <https://doi.org/10.15408/empati.v9i1.16485>.

Rahayu Tanama Putri, Budi, *Manajemen Pemasaran*, Denpasar: Universitas Udayana
Fakultas Peternakan

- Kartajaya, Hermawan, *Hermawan Kartajaya on Marketing* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002)
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, 12th ed (Upper Saddle River, N.J: Pearson/Prentice Hall, 2008)
- Suryati, Lilis, *Manajemen Pemasaran Suatu strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2015)
- Pengemban, Tim Ilmu Pendidikan FIP-UPI, *Ilmu dan aplikasi pendidikan*, PT. Imperial Bhakti Utama, 2007
- Semiawan, Conny R, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Gramedia Idiasarana Indonesia, 2010)
- Wahyuni, Sari, *Qualitative Research Method: Theory and Practice* (Jakarta: Salemba Empat, 2016)
- Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015)
- Quinn, Michael Patton, *Metode Evaluasi Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009)
- Moleong, J. Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rosda Karya, 2002)
- G, Egon Guba and Yvonna S. Lincoln, *Effective Evaluation*, 1st ed, A Joint Publication in the Jossey-Bass Higher Education and Social and Behavioral Sciences Series (San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1981).

Wawancara

Wawancara dengan Bapak Gunawan Nugroho , Kepala Bidang Pengelolaan Pasar Rakyat pada 8 Maret 2021.

Wawancara dengan Ibu Irin, Pedagang Batik Kios Pasar Beringharjo Barat pada 10 Maret 2021.

Wawancara dengan Pak Yulianto, Pedagang Batik Los Lt.1 Pasar Beringharjo Barat pada 11 Maret 2021.

Wawancara dengan Ibu Alberta, Pedagang Batik Kios Pasar Beringharjo Barat pada 10 Maret 2021.

Wawancara dengan Ibu Tiwi, pemilik Los Pasar Beringharjo Barat pada 11 Maret 2021.

Wawancara dengan Pak Hendri, Pedagang Lapak Pasar Beringharjo Barat pada 14 Maret 2021.

Wawancara dengan Ibu Arni pemilik kios Lt.1 Pasar Beringharjo Barat pada 10 Maret 2021.

Wawancara dengan Ibu Irin, pedagang Kios Lt.1 Pasar Beringharjo Barat pada 10 Maret

Wawancara dengan Ibu Yatimah, pedagang Los pasar Beringharjo Barat pada 11 Maret 2021

Wawancara dengan ibu Irin pedagang Kios pasar Beringharjo Barat pada 10 Maret 2021



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Wawancara Peneliti dan Pedagang Batik Pasar Beringharjo





Wawancara peneliti dengan Ketua Bidang Pasar Rakyat Beringharjo



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN WAWANCARA

1. Sudah berapa lama Ibu/Bapak Berjualan di Pasar Beringharjo?
2. Berapa penghasilan Ibu/Bapak sebelum adanya Pandemi Covid-19?
3. Apakah terdapat perbedaan pendapatan Ibu/Bapak sebelum dan setelah adanya Pandemi Covid-19?
4. Berapakah pendapatan yang didapatkan Ibu/Bapak selama masa Pandemi?
5. Apakah para wisatawan memiliki peran yang penting terhadap penjualan Ibu/Bapak?
6. Apakah pemberlakuan kebijakan tanggap bencana darurat Covid-19, PSBB berpengaruh terhadap pendapatan Ibu/Bapak?
7. Apakah Ibu/Bapak tetap berjualan di Pasar Beringharjo selama masa Pandemi?
8. Apa alasan Ibu/Bapak tetap berjualan selama masa Pandemi Covid-19?
9. Apakah terdapat rasa kekhawatiran Ibu/Bapak ketika berjualan di Pasar Beringharjo?
10. Apakah yang Ibu/Bapak lakukan dalam menghadapi Pandemi Covid-19?
11. Apakah Ibu/Bapak memiliki mata pencarian lain selain berjualan di Pasar Beringharjo?
12. Apakah Ibu/Bapak memanfaatkan sosial media sebagai media untuk berjualan?
13. Apakah ada keringanan yang diberikan oleh Pengelola Pasar Beringharjo kepada Ibu/Bapak?

Wawancara Kepala Bidang Pasar Rakyat

1. Berapakah jumlah pedagang yang ada di Pasar Beringharjo?
2. Bagaimana kondisi Pasar Beringharjo sebelum Pandemi COVID-19?
3. Apa sajakah upaya yang dilakukan pihak Pengelola Pasar Beringharjo dalam mencegah penyebaran Virus COVID-19?
4. Apakah terdapat perbedaan jumlah pengunjung sebelum dan setelah masa Pandemi COVID-19?
5. Berapakah jumlah pengunjung di Pasar Beringharjo per hari sebelum masa Pandemi COVID-19?
6. Berapakah jumlah pengunjung di Pasar Beringharjo dalam sehari ketika masa Pandemi COVID-19?
7. Apakah para wisatawan memiliki peran yang penting terhadap pasar Beringharjo?
8. Apakah terdapat kebijakan keringanan biaya retribusi terhadap para pedagang?
9. Pedagang dengan kriteria apakah yang sangat terdampak akibat Pandemi COVID-19?

PEDOMAN OBSERVASI

No	PEDOMAN	KETERANGAN
1	Mengamati aktivitas di Pasar Beringharjo	Mengamati segala kegiatan di Pasar Beringharjo
2	Mengamati kondisi pasar Beringharjo	Mengamati bentuk bangunan Pasar Beringharjo
3	Mengamati kondisi tempat berjualan para pedagang batik Pasar Beringharjo	Mengamati lapak, kios dan los para pedagang batik Pasar Beringharjo
4	Mengamati aktivitas Jual-beli pedagang batik dan konsumen	Mengamati proses jual-beli antara pedagang batik dan para pembeli

PEDOMAN DOKUMENTASI


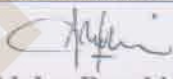




No	PEDOMAN	KETERANGAN
1	Mencari data terkait lokasi penelitian	Data geografis Pasar Beringharjo Kota Yogyakarta
2	Mencari data terkait jumlah wisatawan	Arsip dan dokumen jumlah pengunjung di Kota Yogyakarta dan Pasar Beringharjo
3	Mencari foto-foto kegiatan di Pasar Beringharjo	Dokumentasi Peneliti



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



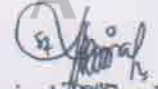
NAMA : Dayu Apriani
NIM : 17102030087
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam
Batas Akhir Studi : 2021
Alamat : Jl. Melati Wetan (Asrama Putri Randik) Yogyakarta

No	Hari, Tanggal Seminar	Nama & NIM Penyaji	Status	Td. Tangan Ketua_Sidang
1	Kamis, 3 Desember 2020	Mitha Tri Aprilia 16230006	Peserta	 Siti Aminah, S.Sos.I., M.Si.
2	Selasa, 22 Desember 2020	Intan Lukfia Indriyani 17102030028	Peserta	 Dr. Abdur Rozaki, M.Si
3		Nadilatul Arofah Syaftiyani 17230052	Peserta	 Suyanto, S.Sos, M.Si
4	Jumat, 25 Desember 2020	Agusti Driyantama 17102030035	Peserta	 Dr. Sriharini, M. Si
5	Rabu, 13 Januari 2021	Dayu Apriani 17102030087	Penyaji	 Dra Siti Syamsiatun M.A., Ph.D
6	Rabu, 13 Januari 2021	Rizky Ayu Safitri 17102030083	Pembahas	 Dra Siti Syamsiatun M.A., Ph.D

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 08 Januari 2021

Ketua Prodi,



Siti Aminah, S.Sos.I., M.Si.

NIP. 19830811 201101 2 010

Keterangan:


Kartu ini berlaku selama dua (2) semester dan menjadi salah satu syarat pendaftaran munaqasyah



NAMA : Dayu Apriani
NIM : 17102030087
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam
Pembimbing I : Dra. Hj. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D.
Pembimbing II :
Judul : Strategi Adaptasi dan Pendapatan Pedagang Batik Pada Masa Pandemi Covid-19 Pasar Beringharjo Kota Yogyakarta


No.	Tanggal	Konsultasi Ke:	Materi Bimbingan	Tanda Tangan
1	20 November 2020	Ke-1	Kepenulisan Proposal : Metode penelitian	
2	8 Januari 2021	Ke-2	Latar belakang, kajian pustaka, kajian teori, metode penelitian,	
3	17 Februari 2021	Ke-3	Sumber referensi : menggunakan Google Scholar, repository perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Manajemen referensi : Zotero atau Mendeley	
4	1 Maret 2021	Ke-4	Tata kepenulisan, memaparkan dengan kalimat yang baik dan memperbaiki kesalahan dalam tulisan	
5	7 Maret 2021	Ke-5	Surat perizinan observasi, draf pertanyaan kepada narasumber	
6	12 Maret 2021	Ke-6	Perbaikan judul dan penambahan teori strategi adaptasi	
7	16 Maret 2021	Ke-7	Laporan kemajuan skripsi : Pengumpulan data penelitian	
8	25 Maret 2021	Ke-8	Perbaikan bab I penulisan masih berbasis proposal diganti skripsi, tata kepenulisan, konsistensi dan keselarasan antar bab sampai bab IV	
9	3 April 2021	Ke-9	Perbaikan judul, tata kepenulisan, perbaikan abstrak dan keselarasan	



10	8 April 2021	Ke-10	Penyerahan hasil skripsi	
----	-----------------	-------	--------------------------	---

Yogyakarta, 08 Januari 2021

Pembimbing



Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D

NIP 196403231995032002



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Nomor : B-356.1/Un.02/TD/PN.01/03/2021

Lamp. :

Hal : Permohonan Izin Observasi

Kepada:

Yth. Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan

di Jl. Kusumanegara No.9, Semaki, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, dalam rangka pelaksanaan mata kuliah *Skripsi* yang diselenggarakan oleh Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Jenjang Sarjana Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada semester genap tahun akademik 2020/2021, maka kami memberikan tugas kepada mahasiswa berikut :

No.	Nama	NIM
1	Dayu Apriani	17102030087

untuk mengadakan **observasi** ke **Dinas Perindustrian dan Perdagangan** pada tanggal **10 Maret 2021** dengan tema "*Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Batik di Pasar Beringharjo*".

Oleh karena itu, melalui surat ini kami memohon kesediaan Bapak/Ibu Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan untuk berkenan memberikan izin dan memfasilitasi mahasiswa tersebut.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Sleman
08 Maret 2021
a.n. Dekan
Kepala Bagian Tata Usaha
Dra Retty Trihadiati
SIGNED

Valid ID:604571ebb2446p





BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

Penyelenggaraan Ujian Tugas Akhir Mahasiswa

A. Waktu, Tempat dan Status Ujian Tugas Akhir:

1. Hari dan Tanggal : Selasa, 13 April 2021
2. Pukul : 08:00 s/d 09:30 WIB
3. Tempat : FD-1-112
4. Status : Utama/Penundaan/Susulan/Mengulang

B. Susunan Tim Ujian Tugas Akhir:

No.	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua Sidang	Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D.	1.
2.	Penguji I	Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D.	2.
3.	Penguji II	Siti Aminah, S.Sos.I., M.Si.	3.
4.	Penguji III	Suyanto, S.Sos., M.Si.	4.

C. Identitas Mahasiswa yang diuji:

1. Nama : DAYU APRIANI
2. Nomor Induk Mahasiswa : 17102030087
3. Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam
4. Semester : VIII
5. Program : S1
6. Tanda Tangan (Bukti hadir di Sidang Ujian Tugas Akhir) :

D. Judul Tugas Akhir : PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG BATIK DI PASAR BERINGHARJO KOTA YOGYAKARTA

E. Pembimbing/Promotor:

1. Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D.

F. Keputusan Sidang

1. Lulus/Tidak lulus dengan perbaikan
2. Predikat Kelulusan
3. Konsultasi Perbaikan a. _____
b. _____

Yogyakarta, 13 April 2021
Ketua Sidang/Pembimbing/Promotor,

Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D.
NIP. 19640323 199503 2 002



PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA
DINAS PERDAGANGAN

เมืองราชธานี

Jl. Pabringan No. 1 Yogyakarta Kode Pos: 55122 Telp. (0274) 515871
Fax (0274) 515871
EMAIL: perdagangan@jogjakota.go.id
HOTLINE SMS. 08122780001 HOTLINE EMAIL: upik@jogjakota.go.id
WEBSITE: www.jogjakota.go.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 070 / 639

Berdasarkan Surat Izin dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Nomor : B-356.1/Un.02/TD/PN.01/03/2021 tanggal 8 Maret 2021.

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : **DAYU APRIANI**
NIM : 17102030087
Pada : Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Mahasiswa : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Maksud : Melakukan Penelitian dengan judul Proposal : Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Batik di Pasar Beringharjo.
Lokasi / Responden : **Pasar Beringharjo**
Waktu : Bulan Maret 2021 s/d April 2021
Rekomendasi dari : **Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta**

Demikian Surat Keterangan ini disampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 9 Maret 2021

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

a.n. Kepala
Sekretaris

Ka. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian



ANIS SUPRIYANTI, SIP
NIP. 19681122 199203 2 004



SEGORO AMARTO
SEMANGAT GOTONG ROYONG AGAWE MAJUNE NGAYOGYOKARTO
KEMANDIRIAN - KEDISIPLINAN - KEPEDULIAN - KEBERSAMAAN



UIN
STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Nomor : B-1668.1/Un.02/DD/PM.03.2/09/2017

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Sertifikat

diberikan kepada

: **DAYU APRIANI**
: 17102030087

Jurusan/Prodi : Pengembangan Masyarakat Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Sebagai Peserta

dan dinyatakan LULUS dalam kegiatan

SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun Akademik 2017/2018
yang dilaksanakan mulai tanggal 28 s.d. 30 Agustus 2017 (24 jam pelajaran)

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA, 4 September 2017



[Signature]
Fakhriyah, M.Si.
REPUBLIC INDONESIA
19600310 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SERTIFIKAT

Nomor: B.2588.2/Un.02/L3/PM.00.05/P3.717/09/2020

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga memberikan sertifikat kepada:

Nama : Dayu Apriani
Tempat, dan Tanggal Lahir : Setia Jaya, 21 Mei 1999
Nomor Induk Mahasiswa : 17102030087
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2019/2020 (Angkatan ke-102), di:

Lokasi : Gedung Rejo
Kecamatan : Mesuji Raya
Kabupaten/Kota : Kab. Ogan Komering Ilir
Propinsi : Sumatera Selatan

dari tanggal 20 Juli s.d. 20 Agustus 2020 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 96,50 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status mata kuliah intra kurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 23 September 2020



Kema,

Muhrisun, S.Ag., BSW., M.Ag., MSW.

NIP. : 19710514 199803 1 004

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Dayu Apriani
Tempat Tanggal Lahir : Setia Jaya, 21 Mei 1999
Alamat : Desa Setia Jaya, Kec. Jirak Jaya Kab. Muba
Nama Ayah : Juanda
Nama Ibu : Muliana

B. Riwayat Pendidikan

1. SD : SD Negeri 1 Setia Jaya
2. SMP : SMP Negeri 4 Sungai Keruh
3. SMA : SMA Shailendra Palembang
4. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

C. Pengalaman Riwayat Organisasi

1. Anggota Pramuka SMA Shailendra Palembang
2. Ketua bidang PSDM Ikatan Keluarga Pelajar Mahasiswa (IKPM) Musi Banyuasin-Yogyakarta
3. Anggota bidang Olahraga Ikatan Keluarga Pelajar Mahasiswa (IKPM) Musi Banyuasin-Yogyakarta

D. Riwayat Pekerjaan

1. Sales Marketing Honda Nusantara Sakti Musi Banyuasin (2018)
2. Admin dan Owner Online Shop Shopping.yu (2020-Sekarang)