



UPAYA MEMPERTAHANKAN HASIL PENJUALAN DIMASA PANDEMI COVID 19 (STUDY PADA PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DESA CREWEK KECAMATAN KRADENAN KABUPATEN GROBOGAN)

Aisyah Pradani Lukito¹; Edy Mulyantomo² Sri Yuni Widowati³
pradaniaisyah@gmail.com¹; edymul@usm.ac.id²; yunisoekendro@usm.ac.id³

Manajemen, Universitas Semarang, Semarang, Indonesia¹⁾

Manajemen, Universitas Semarang, Semarang, Indonesia²⁾

Manajemen, Universitas Semarang, Semarang, Indonesia³⁾

INFO ARTIKEL

Proses Artikel

Dikirim: 19/9/22

Diterima: 05/11/22

Dipublikasikan: 11/11/22

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di pasar tradisional Desa Crewek kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dampak adanya pandemi Covid-19 terhadap hasil penjualan serta upaya yang dilakukan pedagang pasar tradisional Desa Crewek kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan dalam mempertahankan hasil penjualan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus, dengan pengumpulan datanya menggunakan Teknik wawancara mendalam, observasi langsung dan dokumentasi. Untuk menguji kredibilitas data digunakan triangulasi sumber data dan triangulasi teknik pengumpulandata. Sumber data penelitian dalam wawancara mendalam adalah partisipan yang memiliki posisi atau kewenangan pada obyek penelitian yaitu sebanyak 7 (tujuh) partisipan yang didasarkan pada prinsip kesesuaian (*appropriateness*) dan kecukupan (*adequacy*). Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya penurunan pendapatan dari pedagang pasar tradisional Desa Crewek kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan semenjak adanya pandemi Covid-19. Serta pengurangan jumlah produksi dan juga produk yang dipasarkan merupakan upaya pedagang pasar tradisional Desa Crewek kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan untuk mempertahankan hasil penjualan.

Kata Kunci:

Pandemi Covid-19; pasar; strategi bertahan; strategi

Abstract

The study was conducted in the traditional market of Crewek Village, Kradenan District, Grobogan Regency. The purpose of this study was to analyze the impact of the Covid-19 pandemic on sales results and the efforts made by traditional market traders in Crewek Village, Kradenan

District, Grobogan Regency in maintaining sales results. The study used qualitative method of case study, with data collection using in-depth interview techniques, direct observation and documentation. To test the credibility of data, it used triangulation of data sources and triangulation of data collection techniques. The source of research data in in-depth interview was participant who have a position or authority on the object of the study, namely as many as 3 (three) participants based on the principles of appropriateness and adequacy. From the results of study, it showed that there has been a decrease in income from traditional market traders in Crewek Village, Kradenan District, Grobogan Regency since the Covid-19 pandemic. As well as reducing the amount of production and also the products marketed are the efforts of traditional market traders in Crewek Village, Kradenan District, Grobogan Regency to maintain sales results.

Keywords:

Covid-19 pandemic; market; survival strategy; marketing strategy

PENDAHULUAN

Pasar tradisional saat ini masih menjadi salah satu pusat kegiatan ekonomi penting bagi sebagian masyarakat Indonesia. Berbagai kendala dan perubahan yang terjadi telah meminggirkan pasar tradisional yang telah lama memiliki fungsi redistribusi produk-produk yang dihasilkan oleh masyarakat. Resiko dalam distribusi produk pertanian diakibatkan oleh adanya ketergantungan aktivitas pertanian pada alam, pengaruh buruk alam telah banyak mempengaruhi total hasil panen pertanian. Selain karena faktor alam (cuaca), faktor harga jual juga menjadi resiko yang sangat mempengaruhi pendapatan pedagang yang pada akhirnya akan mempengaruhi keuntungan yang diterima. Keberanian para pedagang untuk menerima resiko sangat mempengaruhi keberlanjutan usaha yang dilakukannya. Ditengah wabah pandemi Covid-19 yang sedang terjadi di Indonesia, banyak dampak yang terjadi bagi perekonomian masyarakat Indonesia, terutama pedagang di pasar tradisional. Semenjak beberapa daerah memberlakukan pembatasan pergerakan orang, kerumunan sampai ada yang melakukan karantina parsial sehingga banyak pedagang yang merugi karena pembeli sangat jarang bahkan tak ada. Beberapa pedagang masih mencari peruntungan berjualan meski dengan resiko ditertibkan. Hal itu, karena kehidupan mereka sangat bergantung kepada pendapatan harian. Dampak pandemi Covid-19 terhadap masyarakat Desa Crewek sangat besar, dari beberapa masyarakat yang kesulitan bahkan kehilangan mata pencahariannya untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari terutama juga para pedagang pasar tradisional yang harus memutar otak untuk tetap bertahan dimasa pandemi ini.

Pandemi Covid-19 merupakan suatu penyakit yang dapat menular dengan cepat yang disebabkan oleh virus corona dan awal mula kemunculannya berasal dari Wuhan, China. Indonesia termasuk kedalam salah satu diantara negara berkembang yang berdampak cukup besar dari kemunculan pandemi Covid-19. Indonesia juga merupakan negara dengan populasi penyebaran virus Corona terbesar ke-4 di dunia, dan respon Pemerintahan Indonesia terhadap krisis sangat lamban dan berpotensi menjadi episentrum dunia setelah Wuhan, menurut Sari (dalam jurnal penelitian Agustino, 2020). Krisis akibat Covid-19 saat ini terjadi secara simultan, sehingga akibatnya sangat dirasakan oleh kelompok rentan yang semakin terpuruk, diantaranya kelompok usaha yang membutuhkan keramaian massa, kelompok pekerja harian lepas, pedagang kaki lima, para buruh

yang terdampak PHK, petani dan masyarakat miskin (Eddyono dan Suzanna, 2020). Siklus aktivitas ekonomi masyarakat sangat menurun secara drastis, maka pemerintah harus mengambil kebijakan strategis yang akseleratif dalam menangani kesulitan ekonomi yang menimpa masyarakat (Olaniyi, 2020).

Salah satu yang terdampak Covid-19 adalah pasar tradisional yang ada di desa Crewek. Pada awal pandemi hingga saat ini penghasilan para pedagang sudah pasti menurun drastis. Penurunan ini terjadi sekitar 30-50% hal ini mengakibatkan terjadinya penurunan hasil pendapatan para pedagang. Para pedagang berusaha untuk memutarotak agar barang dagangan tersebut dapat terjual dan bias dijual lagi di hari selanjutnya. Konsumen yang melakukan karantina dirumah menjadi salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan drastic terhadap penghasilan pedagang pasar tradisional di desa Crewek. Semakin berjalannya waktu pada awal tahun 2021 saat ini perlahan penghasilan pedagang mulai mengalami kenaikan. Hal ini terjadi karena sudah terbiasanya masyarakat hidup ditengah tengah pandemi. Tak sedikit upaya yang dilakukan para pedagang untuk mempertahankan dagangan sehingga dapat tetap bertahan di masa pandemi saat ini. Dari penjelasan diatas dapat ditunjukkan melalui tabel 1.1.

Tabel 1.1 Data Hasil Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan

No	Nama	Modal Awal	Penurunan pendapatan (%)	Sebelum pandemi	Setelah Pandemi
1	Ratemi (snack)	Rp.1.000.000	50%	Rp.1.000.000	Rp.700.000
2	Rumlah (tempe)	Rp.4.000.000	30%	Rp.1.000.000	Rp.700.000 - Rp.800.000
3	Sadiyem (sayur)	Rp.5.000.000	50%	Rp.2.000.000	Rp.1.000.000 -Rp.1.500.000
4	Narwati (ayam potong)	Rp.1.500.000	30%	Rp.200.000	Rp.75.000
5	Ruli (kelapa)	Rp.20.000.000	50%	Rp.5.000.000	Rp.2.500.000
6	Maryati (sayur)	Rp.100.000	50%	Rp.100.000	Rp.50.000
7	Sulasih (sayur)	Rp.500.000	30%	Rp.50.000	Rp.35.000

Sumber: Pedagang pasar tradisional Desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa adanya pandemi Covid-19 mengakibatkan terjadinya penurunan hasil penjualan dari pedagang pasar tradisional desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan. Penurunan penghasilan yang dialami pedagang pasar tradisional desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan adalah sekitar 30% hingga 50%. Hal ini berdampak pada kehidupan pedagang pedagang pasar tradisional desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

KAJIAN PUSTAKA

Pedagang

Pedagang adalah seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa mengubah bentuk dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Pedagang dapat dikategorikan menjadi:

- 1) Pedagang grosir, yaitu pedagang yang beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dan pedagang eceran.
- 2) Pedagang eceran, yaitu pedagang yang mengecer. Menjual produk komoditas langsung ke konsumen. Pemilik toko atau warung adalah contoh dari pengecer.

Pasar Tradnisional

Pasar tradisional memang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia terutama oleh ibu rumah tangga. Secara umum, masyarakat menganggap bahwa pasar adalah tempat kegiatan jual beli. Ada banyak penelitian yang menjelaskan tentang apa yang dimaksud dengan pasar. Berdasarkan ilmu ekonomi pasar tidak memiliki keterkaitan dengan tempatnya, tetapi lebih terfokus pada kegiatan apa yang dilakukan didalamnya. Terdapat dua jenis pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan proses jual beli secara langsung serta melalui proses tawar menawar. Bentuk dari pasar tradisional antara lain dapat berupa kios atau gerai.

Dalam ilmu ekonomi, pasar adalah tempat yang didalamnya ada penjual, pembeli, dan barang yang diperjual belikan dan kesepakatan. Pasar dalam arti sempit adalah adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi dalam hal menentukan harga barang atau jasa. Sejak jaman dahulu sebenarnya manusia telah berkaitan erat dengan pusat kegiatan komersil dengan sebutan pasar. Awalnya pada zaman prasejarah kegiatan dilakukan dengan menggunakan sistem barter yaitu dengan cara menukarkan satu barang dengan barang lain. Seiring berkembangnya zaman, sistem barter banyak mengalami kendala salah satunya yaitu barang yang ditukar tidak sesuai dengan harga barang yang dibeli.

Terdapat dua jenis pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan proses jual beli secara langsung serta melalui proses tawar menawar. Bentuk dari pasar tradisional antara lain dapat berupa kios atau gerai.

Fungsi Pasar Tradisional

Selanjutnya ketika membicarakan tentang pasar, pastinya akan membahas pula tentang bagaimana fungsi pasar. Beberapa fungsi pasar tersebut di antaranya yakni sebagai berikut:

1. Pasar Berfungsi Sebagai sarana distribusi.
2. Penentu harga atau pembentuk harga.
3. Sarana untuk promosi.
4. Tempat mencari keuntungan.
5. Pembentuk kreativitas

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran sangatlah mutlak dan sangatlah penting dalam pengembangan suatu perusahaan. Tujuan dan sasaran pemasaran harus merupakan bagian integral dari keseluruhan kegiatan-kegiatan perusahaan. Dengan kata lain, agar bidang pemasaran mampu menjalankan perannya dengan tingkat efektifitas yang tinggi maka dari itu perumusan dan penentuannya harus memperhatikan keunggulan kompetitif perusahaan, saran dan prasarana yang dimiliki dan ketepatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang yang timbul.

Strategi pemasaran dapat dipahami sebagai logika pemasaran dengan unit usaha berharap dapat mencapai sasaran pemasarannya. Sehingga dapat dipahami strategi pemasaran adalah rencana yang

menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dalam strategi pemasaran ini, konsumen umumnya berada di sentral. Sasaran dari strategi ini adalah untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan. Logika bisnis pemasaran adalah mendasarkan bahwa perusahaan berharap di dalam pengembangan dapat menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan pelanggan yang menguntungkan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arahan kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah.

Strategi Bertahan

Strategi adalah pola-pola berbagai usaha yang direncanakan oleh manusia untuk dapat memenuhi syarat minimal yang dibutuhkannya dan untuk memecahkan masalah-masalah yang mereka hadapi disitu. Pola-pola disini adalah pola-pola perilaku atau tindakan. Strategi bertahan dalam penelitian ini adalah cara yang digunakan oleh seseorang, atau kelompok orang untuk mempertahankan eksistensi kediriannya yang bernilai atau dianggap bernilai, baik yang bersifat material maupun non material (Purwanti, 2016).

Strategi bertahan hidup adalah salah satu alternatif yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok, terutama pada masyarakat pedesaan atau penduduk lokal, jika menghadapi permasalahan hidup dalam upaya peningkatan atau perkembangan perekonomian dan untuk bisa memenuhi segala kebutuhan hidup (Irwan & Indraddin, 2016, p. 32).

Lokasi

Lokasi merupakan tempat yang strategis dimana konsumen dapat menjangkau tempat usaha (tempat makan, pusat perbelanjaan, dan lainnya) dengan mudah, aman, dan memiliki tempat parkir yang luas. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam menetapkan lokasi yang strategis bagi perusahaan, perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor penetapan lokasi strategis, karena lokasi perusahaan akan berdampak pada kesuksesan perusahaan itu sendiri. Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian karena lokasinya yang strategis, terletak di arus bisnis, dan lain sebagainya.

Tinjauan tentang Masa Pandemi COVID-19

Pandemi Covid-19 adalah peristiwa menyebarnya penyakit corona virus 2019 di seluruh dunia untuk semua negara. Penyakit ini disebabkan oleh corona virus jenis baru yang diberi nama Sars-cov-2. Wabah Covid-19 pertama kali ditemukan di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok pada tanggal 1 Desember 2019, dan ditetapkan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada tanggal 11 Maret 2020. Hingga 14 November 2020, lebih dari 53.281.350 orang kasus telah dilaporkan lebih dari 219 negara dan wilayah seluruh dunia, mengakibatkan lebih dari 1.301.021 orang meninggal dunia dan lebih dari 34.394.214 orang sembuh (m.wikipedia.org). Tujuan WHO menyatakan status pandemi adalah agar semua negara di dunia meningkatkan kewaspadaannya mencegah maupun menangani wabah Covid-19. Hal ini dikarenakan penyakit Covid-19 ini adalah penyakit dengan perantara penyebaran antara manusia dan manusia sehingga memungkinkan penyebaran komunitas dapat terjadi (Pradipta & Nazaruddin, 2020, p. 5).

Langkah-langkah untuk menyikapi pandemi Covid-19 ini juga berdampak langsung kepada pasar, pasokan (produksi barang dan jasa), permintaan (konsumsi dan investasi) dan dunia kerja. Salah satu kebijakan yang dilakukan adalah social distancing. Social distancing menjadi pilihan yang sulit bagi banyak negara dalam upaya mengimplementasikan kebijakan untuk pencegahan dan pengurangan

penyebaran Covid-19, karena kebijakan social distancing ini juga memberikan dampak yang negatif pada berbagai aspek kehidupan manusia. Kebijakan social distancing mempunyai dampak bagi kehidupan manusia, terutama aspek ekonomi yang paling terasa dampaknya bagi berbagai lapisan masyarakat. Dampak ekonomi dari pandemi Covid-19 begitu luas dan masif, sehingga mengubah tatanan permainan bisnis hampir secara keseluruhan (Wahyudi & Kusuma, 2020, p. 3).

METODE PENELITIAN

Case study (studi kasus) yang diangkat pada penelitian ini adalah bahwa pedagang pasar tradisional Desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan dalam waktu 2 tahun selama merebaknya virus pandemi Covid-19 mampu bertahan dan mempertahankan hasil penjualan para pedagang. Hal itu disebabkan adanya factor strategi bertahan dan upaya mempertahankan penjualan oleh pedagang pasar tradisional Desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan. Triangulasi sumber berarti membandingkan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang berbeda. Misalnya membandingkan antara apa yang dikatakan umum dengan yang dikatakan secara pribadi, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada. Teknik Pengumpulan Data yaitu teknik triangulasi dengan melakukan pengecekan data penelitian yang sudah diperoleh melalui 3 (tiga) teknik pengumpulan yang berbeda yaitu teknik wawancara mendalam, teknik observasi langsung, dan teknik dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara serta temuan pola dan konsep yang telah dibuat oleh peneliti, maka dimunculkan pembahasan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah tujuan dan sasaran pemasaran perusahaan yang digabungkan menjadi satu rencana yang komprehensif. Eksekutif bisnis akan menarik strategi pemasaran yang sukses dari riset pasar. Aktivitas ini juga berfokus pada bauran produk yang tepat sehingga Anda bisa mendapatkan keuntungan yang paling banyak.

Strategi yang dilakukan oleh para pedagang pasar tradisional Desa Crewek adalah tidak hanya menjual dagangan nya di pasar saja tetapi juga menjualnya Kembali ke rumah. Hal ini dilakukan agar dapat meminimalisir kerugian yang akan dialami oleh para pedagang. Tidak hanya itu saja, dengan adanya potongan harga yang diberikan jika jumlah pembelian banyak juga merupakan strategi yang dilakukan oleh para pedagang. Hal ini dilakukan untuk menarik hati konsumen agar dapat berlangganan dengan pedagang tersebut.

Dengan adanya strategi tersebut pedagang mengharapkan produk yang dijual akan terjual habis. Karena jika dilihat produk yang dijual di pasar adalah produk yang gampang busuk. Jika produk yang dijual layu ataupun telah busuk maka mau tidak mau produk dibuang dan tidak dapat dijual kembali. Jika itu terjadi maka kerugian akan dialami oleh pedagang. Strategi ini dirasa cukup baik dilakukan apalagi di masa pandemi seperti ini. Karena pada kondisi pandemi seperti ini pasti penjualan juga banyak mengalami penurunan. Apalagi penurunan yang dialami pedagang terbilang cukup drastis yaitu sekitar 30-50%.

2. Strategi bertahan

Strategi bertahan (survival strategy) bisa diartikan sebagai cara yang digunakan oleh seseorang, atau sekelompok orang untuk mempertahankan eksistensi kediriannya yang bernilai atau dianggap bernilai, baik yang bersifat material maupun non material.

Strategi yang dilakukan oleh para pedagang adalah mereka harus tetap bertahan untuk berjualan agar tetap mendapatkan keuntungan. Pengurangan jumlah dari produk yang dipasarkan juga merupakan usaha mereka agar tetap bertahan di masa pandemi ini. Karena pada pertengahan tahun pasar tradisional desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan setiap hari minggu selalu ada lockdown hal ini dilakukan untuk melakukan pencegahan virus corona. Sehingga pada hari sabtu tentunya para pedagang membawa banyak dagangan untuk dijual tetapi pada hari lainnya membawa sedikit dagangan. Ini dilakukan untuk mengurangi adanya produk yang busuk sehingga tidak dapat dijual Kembali.

Selain itu kebanyakan dari pedagang tentunya harus sabar dan juga tidak putus asa untuk berjualan dimasa pandemi seperti ini. Karena jika dilihat penurunan yang dirasakan cukup drastis mulai dari 30% hingga 50%. Jika para penjual putus asa maka pedagang akan kehilangan mata pencahariannya. Dengan seiring berjalannya waktu akhir akhir ini penjualan telah stabil. Walaupun belum Kembali 100% tetapi kondisi penjualan di pasar telah membaik. Hal ini dirasa dapat membuat para pedagang senang karena tidak lagi terlalu berat memutar otak untuk mempertahankan dagangannya agar terjual dan tetap berjualan.

3. Lokasi

Lokasi pasar tradisional desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan yang dekat dengan perkampungan dan juga jalan raya menyebabkan tetap beroprasinya pasar ini walaupun pandemi. Apalagi karena pasar Desa Kuwu Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan jauh dari masyarakat sekitar hal ini menyebabkan masyarakat memilih untuk berbelanja di pasar tradisional desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan.

Walaupun produk yang dijual tidak selengkap pasar Desa Kuwu Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan tetapi cukup bagus untuk kehidupan sehari-hari masyarakat yang sederhana. Lokasi yang dirasa cukup pas untuk didirikannya pasar ini membuat pasar tradisional desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan tidak sampai tutup karena adanya pandemi. Walaupun hanya pasar kecil namun pasar ini akan tetap beroperasi karena dekat dengan lingkungan masyarakat.

PENUTUP

Masa pandemi Covid-19 merupakan masa yang sulit dilalui oleh seluruh masyarakat di Indonesia, salah satunya ialah pedagang pasar tradisional Desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada pedagang pasar tradisional Desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab 4, maka dapat disimpulkan bahwa dampak pandemi Covid-19 terhadap hasil penjualan serta upaya yang dilakukan untuk mempertahankan hasil penjualan adalah: (1) Pedagang pasar tradisional Desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan mengalami penurunan pendapatan antara 30% hingga 50%. Penurunan pendapatan yang dialami pedagang pasar tradisional Desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan sebesar Rp.15.000 hingga Rp.2.500.000. penurunan pendapatan ini mengakibatkan berkurangnya pendapatan pedagang pasar tradisional Desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. (2) Kondisi pasar tradisional Desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan yang sepi terjadi karena berkurangnya konsumen karena takut untuk keluar rumah serta masyarakat yang takut untuk berkerumun. Ditambah lagi karena adanya lockdown mingguan yang dilakukan di Kabupaten Grobogan membuat kondisi pasar sepi yang mengakibatkan menurunnya pendapatan pedagang pasar

tradisional Desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan. Namun walaupun kondisi pasar tradisional Desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan sepi oleh konsumen tidak memungkiri setiap hari tetap ada yang berbelanja di pasar tradisional Desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan. Hal ini dikarenakan lokasi pasar yang strategis yaitu berada di sekitar rumah warga serta berada di samping jalan raya. (3) Upaya yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional Desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan untuk mempertahankan hasil penjualan ialah pedagang pasar tradisional Desa Crewek Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan mengurangi jumlah produk yang diperdagangkan. Selain itu pengurangan jumlah bahan baku yang akan diproduksi merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh ibu Rumlah untuk mengurangi kerugian yang akan didapat jika barang dagangannya tidak terjual habis. Selain itu ibu Sadiyah melakukan upaya dengan cara menjual kembali dagangannya di rumah sehingga produk jualannya tidak tersisa banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Afidah, A. (2021). Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Di Desa Jejeg Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal).
- Astuti. (2021). Pola Interaksi Antara Pedagang Dan Pembeli Pada Masa Pandemi Covid 19 studi Kasus Di Pasar Sentral Palopo.
- Bachri, B. S. (N.D.). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif.
- Dewi, I. K. (2019). Pemasaran Dan Manajemen Pasar Sebuah Analisis Perspektif Terhadap Minat Beli Dan Kepuasan Konsumen. Sleman: Deepublish.
- Faisal Hardiansyah, D. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, 3.
- Heryana, A. (2018, Desember). Informan Dan Pemilihan Informasi Dalam Penelitian Kualitatif.
- Ismi Octaviani, D. (2020, Agustus). Strategi Adaptasi Pedagang Tradisional Saat Pandemi Covid-19. Edukasi Ips, 4.
- Kibiyah, M. (2021, Mei). Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 Di Pasar Tradisional Daerah Haurgeulis Kabupaten Indramayu Menurut Perspektif Ekonomi Islam.
- Maryani, S. (2021). Strategi Pemasaran Pedagang Ikan Asin Melalui Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Di Kelurahan Malabro Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu).
- Nisa, N. Z. (2021, Januari). Eksistensi Pedagang Pasar Tradisional Mleto Di Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo, Surabaya Pada Masa Pandemic Covid 19 Dalam Perspektif Teori Tindakan Sosial Max Weber.
- Novianti, M. (2019). Mengungkap Keberhasilan Strategi Pemasaran Toko Parfume Refil Lancar Abadi .
- Nurainun. (2021). Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional Malam Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Tanjung Mulia Kecamatan Pagar Merbau, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara .
- Pedoman Penyusunan Skripsi Metode Studi Kasus. (2021, Oktober).
- Robert Sinaga, D. (2020, Oktober). Pengaruh Pandemi Virus Corona (Covid 19) Terhadap Pendapatan Pedagang Sayur Dan Buah Dipasar Tradisional “Pajak Pagi Pasar V” Padang Bulan. Regionomic, 2.
- Setia Ahmad Saepul, D. (2019, Juni). Analisis Faktor - Faktor Penetapan Lokasi Strategis Perusahaan Pt. Pos Indonesia Cabang Ciamis Sebelum Dan Sesudah Renovasi (Studi Kasus Pada Pt. Pos Indonesia Cabang Kantor Pos Ciamis). 1.

Susanto, R. Y. (2018). Potensi Pasar Tradisional Blimbing Bagi Masyarakat Di Sekitar Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 6.