

BAB V

PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan disajikan uraian dan analisis pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian. Data-data diperoleh dari hasil observasi, wawancara secara mendalam serta dokumentasi sebagaimana yang telah dideskripsikan pada analisis data kualitatif. Setelah mengumpulkan beberapa data terkait terhadap pandemi COVID-19, serta dampak yang ditimbulkan terhadap pendapatan/keuntungan, modal belanja, pelanggan/pembeli, harga barang, dan jumlah barang terjual dan strategi yang dilakukan pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis menurut perspektif ekonomi Islam, maka berikut pembahasan hasil temuan yang dicocokkan dengan teori-teori yang telah dikemukakan peneliti:

A. Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Pedagang Pasar Tradisional Daerah Haurgeulis

Pandemi COVID-19 yang terjadi memberikan dampak terhadap berbagai sektor. dampak yang ditimbulkan sangat besar khususnya pada perekonomian domestik²⁹⁴. Kajian yang dilakukan oleh kementerian keuangan menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 memberikan dampak negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat²⁹⁵.

²⁹⁴ Aknolt Kristian Pakpahan, "COVID-19 dan Implikasi...",2020

²⁹⁵ Yusuf Imam Santoso, "Menghitung Dampak COVID-19 ...",2020

Dalam kondisi pandemi COVID-19 masyarakat memiliki kekhawatiran dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya karena pendapatan yang menurun bahkan beberapa dari masyarakat kehilangan pekerjaannya. Oleh karena itu masyarakat melakukan kehati-hatian dalam mengatur pengeluarannya. Dampak adanya pandemi COVID-19 menimbulkan turunnya daya beli masyarakat akan barang-barang konsumsi dan memberikan tekanan pada produsen dan penjual.

Pasar secara teori diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi barang atau jasa.. Munculnya virus COVID-19 di akhir tahun 2019 tentu berdampak pada pedagang pasar tradisional. Dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti didapati permasalahan seperti tidak stabilnya perekonomian pedagang yang ada di pasar tradisional daerah Haurgeulis yakni dari segi pendapatan/keuntungan, modal belanja, pembeli/konsumen, harga barang, dan jumlah barang yang terjual.

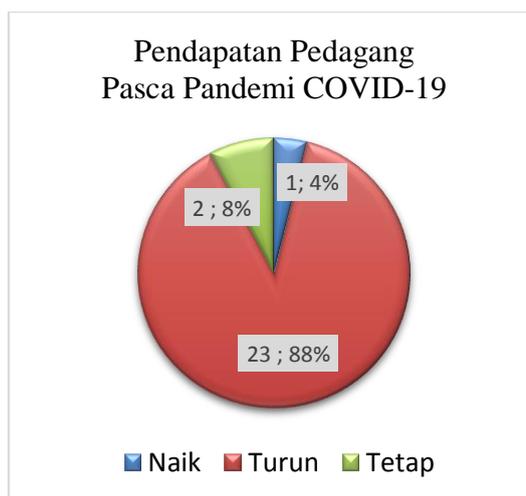
1. Pendapatan/Keuntungan Pedagang Pasar Tradisional Daerah Haurgeulis di Masa Pandemi COVID-19

Pendapatan merupakan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Dalam setiap kegiatan usaha, ada perbedaan yang didapatkan setiap individunya. Dengan adanya

pandemi COVID-19 juga menimbulkan beberapa dampak positif maupun negatif bagi pedagang di pasar tradisional daerah Haurgeulis.

Dari penelitian yang sudah dilakukan diketahui bahwa adanya pandemi COVID-19 di pasar tradisional daerah Haurgeulis memberikan beberapa dampak yang berbeda pada pendapatan pedagang di pasar tradisional daerah Haurgeulis. Berikut digambarkan dalam bentuk diagram pendapatan:

Diagram 5.1



Berdasarkan diagram lingkaran di atas pasca pandemi COVID-19 pendapatan pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis banyak yang mengalami penurunan pendapatan, dari 26 jenis pedagang, mengatakan terjadi penurunan yang signifikan. 23 pedagang yang diwawancarai mengalami penurunan, 2 pedagang memiliki pendapatan stabil, dan 1 pedagang mengalami kenaikan pendapatan.

Dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, berdasarkan 88% pedagang mengatakan pasca pandemi COVID-19 mengalami penurunan pendapatan. Hal-hal yang menyebabkan terjadinya penurunan pendapatan pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis khususnya pedagang kue kering dan pedagang kue instan adalah dengan adanya peraturan pemerintah mengenai Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Mendikbud) Nadiem Anwar Makarim menerbitkan Surat Edaran Nomor 2020 tentang Pelaksanaan Pendidikan Dalam Masa Darurat *Coronavirus Disease* (COVID-19)²⁹⁶. Mendikbud menekankan bahwa kegiatan pembelajaran dilakukan dalam jaringan (daring)/jarak jauh. Oleh karena itu banyak dari pedagang sekolah yang tutup. Hal tersebut memberikan dampak besar terhadap pedagang di pasar tradisional khususnya pedagang kue kering dan kue instan yang biasanya banyak dari pedagang sekolah berbelanja untuk dagangannya, di kondisi pandemi COVID-19 ini bisa dikatakan tidak ada satupun pedagang sekolah yang belanja di pasar tradisional.

Berdasarkan hasil temuan peneliti didapati 8% pendapatan pedagang pasca pandemi COVID-19 sama saja, seperti biasanya. Hal ini dikarenakan pedagang menilai naik turunnya pendapatannya bukan disebabkan karena adanya pandemi COVID-19, tapi kenaikan atau penurunan pendapatan dilatarbelakangi oleh persaingan usaha.

²⁹⁶ *Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan*, dalam <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2020/03/mendikbud-terbitkan-se-tentang-pelaksanaan-pendidikan-dalam-masa-darurat-covid19>, diakses Kamis 21 Januari 2020

Selanjutnya berdasarkan 4% pedagang didapati pendapatan pasca pandemi COVID-19 mengalami kenaikan, berbeda dengan pedagang lainnya, pedagang telur justru mengalami kenaikan pendapatan pasca pandemi COVID-19, hal tersebut bukan karena banyak konsumen yang datang atau membeli dagangannya namun, adanya program bantuan sosial sembako dari pemerintah Indonesia di masa pandemi COVID-19 memberikan peluang bagi pedagang telur untuk bekerja sama dengan pemerintah daerah dalam menyediakan barang dagangan berupa telur yang akan disalurkan pada masyarakat menengah kebawah yang mendapatkan bantuan sosial sembako.

Sebagaimana yang tertulis dalam sebuah jurnal ilmiah dengan judul “Dampak Social Distancing Terhadap Kesejahteraan Pedagang di Pasar Tradisional Kartasura Pada Era Pandemi Korona” oleh Christina Purbawati dkk dalam jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal ilmu sosial, politik, dan humaniora, yang juga menyatakan bahwa, dampak adanya pandemi COVID-19 terhadap pedagang pasar tradisional Kartasura yakni mempengaruhi penurunan jumlah daya beli masyarakat yang mengakibatkan menurunnya pendapatan pedagang pasar tradisional Kartasura.²⁹⁷

Berdasarkan hasil penelitian, dampak pandemi COVID-19 terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis memberikan

²⁹⁷ Christina Prbawati, et. all., “Dampak Social...,hal 160

pengaruh negatif bagi kebanyakan pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis. Hal ini sesuai dengan kajian yang dilakukan oleh Kementerian Keuangan yang ditulis oleh Aknolt Kristian Pakpahan dalam jurnal ilmiah dengan judul “COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah” pada Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional: Edisi Khusus tahun 2020, yang menyatakan bahwa, pandemi COVID-19 memberikan implikasi negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat yang dalam hal ini tentu juga mempengaruhi pendapatan pedagang.²⁹⁸

2. Modal Belanja Pedagang Pasar Tradisional Daerah Haurgeulis di Masa Pandemi COVID-19

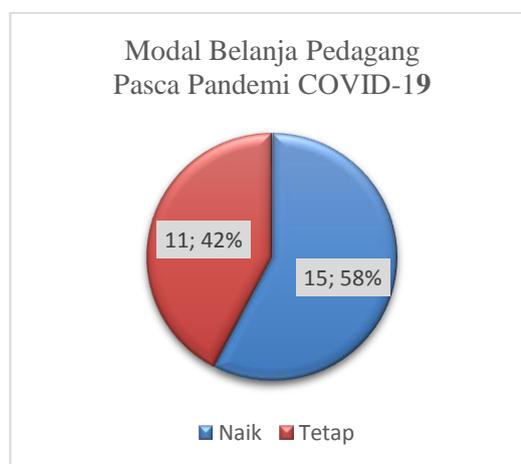
Modal belanja secara global diartikan sebagai pengeluaran anggaran untuk memperoleh aset tetap dan aset lainnya yang akan memberikan manfaat lebih dari satu periode akuntansi, termasuk didalamnya pengeluaran untuk biaya pemeliharaan yang sifatnya mempertahankan atau menambah masa manfaat serta meningkatkan kualitas dan kapasitas aset.²⁹⁹ Dalam setiap kegiatan usaha, ada perbedaan modal belanja yang dikeluarkan setiap pedagang. Adanya pandemi COVID-19 juga menimbulkan perbedaan modal belanja pada pedagang di pasar tradisional daerah Haurgeulis.

²⁹⁸ Aknolt Kristian Pakpahan, “COVID-19 dan Implikasi ...”, hal.60

²⁹⁹ Novita Sari, *Pengaruh Dana Perimbangan...*, hal. 2

Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa, adanya pandemi COVID-19 di pasar tradisional daerah Haurgeulis memberikan pengeluaran modal belanja yang berbeda pada pedagang. Berikut digambarkan dalam bentuk diagram modal belanja:

Diagram 5.2



Berdasarkan diagram lingkaran di atas pasca pandemi COVID-19 modal belanja pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis banyak yang mengalami kenaikan modal belanja, dari 26 jenis pedagang, didapati 15 pedagang mengalami kenaikan modal belanja, selebihnya yakni 11 pedagang yang diwawancarai mengalami kestabilan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, didapati 58% pedagang pasca pandemi COVID-19 mengalami kenaikan modal belanja. Terjadinya kenaikan modal belanja pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis khususnya pada pedagang tempe dan pedagang tahu dikarenakan naiknya harga bahan baku kedelai. Hal tersebut bukan hanya

dialami oleh pedagang tempe dan tahu saja, tapi beberapa pedagang seperti pedagang kopi, makanan dan nasi juga mengalami kenaikan modal belanja akibat naiknya harga bahan baku di masa pandemi COVID-19 ini.

Selanjutnya dari hasil penelitian didapati 42% pedagang pasca pandemi COVID-19 modal belanjanya stabil, seperti biasanya. hal ini dikarenakan kenaikan atau penurunan modal belanja tidak disebabkan karena adanya pandemi COVID-19, tapi karena kondisi saat ini atau cuaca. Seperti kenaikan modal belanja pedagang ikan asin sebelum atau pasca pandemi kondisinya sama kecuali adanya cuaca buruk yang menyebabkan nelayan tidak menangkap ikan, menjadikan barang sulit dan itu yang menyebabkan kenaikan modal belanja.

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan peneliti, dampak adanya pandemi COVID-19 terhadap modal belanja pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis tetap memberikan pengaruh terhadap beberapa pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis, kebanyakan dari pedagang mengalami kenaikan modal belanja, yakni sejumlah 58% pedagang mengalami kenaikan modal belanja. yang diakibatkan oleh berbagai hal salah satunya naiknya ongkos pengiriman barang akibat melemahnya kondisi ekonomi di Indonesia. Hal ini juga dituliskan oleh Eva Basaria dalam rri.co.id dengan judul tema *COVID-19 Berlanjut, Harga Kebutuhan Pokok Semakin Meningkat*, yang menjelaskan di sektor ekonomi, dampak COVID-19 terjadi pada kenaikan harga di pasaran. Memasuki tahun 2020,

kenaikan harga semakin meningkat tajam, khususnya pada harga kebutuhan pokok, seperti gula, minyak goreng dan telur.³⁰⁰

3. Pelanggan/Pembeli Pedagang Pasar Tradisional Daerah Haurgeulis di Masa Pandemi COVID-19

Pembeli/pelanggan dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung yang terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan dalam menentukan kegiatan.³⁰¹

Di kondisi pandemi COVID-19, Organisasi Kesehatan Dunia WHO dan pemerintah Indonesia menghimbau dan sangat menganjurkan masyarakat untuk menjaga jarak aman dengan orang lain melalui *physical distancing* atau *social distancing*. Dengan adanya kebijakan tersebut memberikan dampak pada jumlah pengunjung pasar tradisional daerah Haurgeulis yang tentunya juga berpengaruh pada jumlah pembeli/pelanggan yang datang.

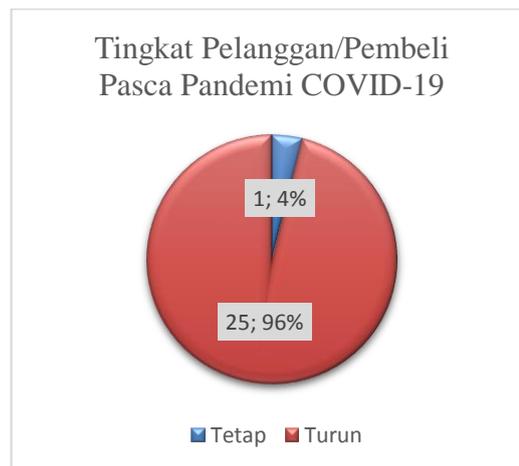
Dari pemaparan beberapa informan diketahui bahwa adanya pandemi COVID-19 di pasar tradisional daerah Haurgeulis memberikan

³⁰⁰ Eva Basaria, "COVID-19 Berlanjut, Harga Kebutuhan Pokok Makin Meningkat", dalam <https://rri.co.id/ekonomi/947102/COVID-19-berlanjut-harga-kebutuhan-pokok-semakin-meningkat> Selasa 30 Maret 2021

³⁰¹ Sri Wigati, *Perilaku Konsumen Dalam...*, hal.26

pengaruh pada jumlah pembeli/pelanggan, berikut digambarkan dalam bentuk diagram pembeli/pelanggan:

Diagram 5.3



Berdasarkan diagram lingkaran di atas jumlah pelanggan/pembeli pasca pandemi COVID-19 banyak yang mengalami penurunan jumlah pelanggan/pembeli, dari 26 jenis pedagang, didapati 25 pedagang mengalami penurunan jumlah pelanggan/pembeli, selebihnya yakni 1 pedagang menyatakan stabil.

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, didapati 98% pedagang mengalami penurunan jumlah pelanggan/pembeli pasca pandemi COVID-19. Faktor-faktor yang menyebabkan turunnya jumlah pelanggan sangat beragam. Seperti kebijakan pemerintah untuk membatasi masyarakat dalam melakukan kegiatan diluar rumah *physical distancing* atau *social distancing* memberikan dampak bagi pedagang pasar.

Terjadinya penurunan jumlah pelanggan salah satunya disebabkan tidak pulangnya masyarakat perantau di kota, sehingga menyebabkan menurunnya jumlah pengunjung.

Selanjutnya 4% pedagang mengatakan bahwa jumlah pengunjung/pembeli pasca pandemi COVID-19 stabil, seperti biasanya. Narasumber mengatakan bahwasanya pandemi tidak mempengaruhi pengunjung/pembeli yang datang di toko elektronik.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, dampak pandemi COVID-19 terhadap jumlah pelanggan/pembeli pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis sangat berpengaruh pada menurunnya jumlah pengunjung di masa pandemi COVID-19. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rizki Nor Azimah dkk, dalam sebuah jurnal dengan judul “Analisis Dampak COVID-19 Terhadap Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Klaten dan Wonogiri” dalam Jurnal Ilmu Kesehatan Sosial : Universitas Muhammadiyah Surakarta, yang menyatakan bahwa, selama mewabahnya COVID-19 jumlah pembeli di pasar tradisional Klaten dan Wonogiri mengalami penurunan. Mengingat banyaknya rumah makan, usaha catering dan restoran yang tutup sehingga pembeli di pasar tradisional hanya sebatas ibu rumah tangga saja.³⁰²

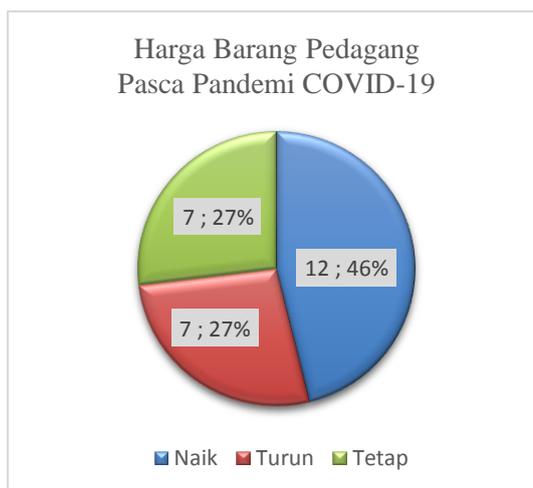
³⁰² Rizki Nor Azimah, at. All., *Analisis Dampak...*, hal. 162-68

4. Harga Barang Pedagang Pasar Tradisional Daerah Haurgeulis di Masa Pandemi COVID-19

Mekanisme pasar pada intinya adalah mekanisme harga. Turun atau naiknya suatu harga sebagai akibat dari permintaan (*supply*) dan penawaran (*demand*) dari pihak-pihak terkait. Dalam setiap kegiatan usaha penentuan harga menjadi hal yang sangat diperlukan sebab dalam usaha manusia tentunya mengambil keuntungan dari harga barang yang dijual.

Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa adanya pandemi COVID-19 di pasar tradisional daerah Haurgeulis memberikan beberapa dampak terhadap harga barang yang dijual oleh pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis. Berikut digambarkan dalam bentuk diagram harga barang:

Diagram 5.4



Berdasarkan diagram lingkaran di atas pasca pandemi COVID-19 harga barang di pasar tradisional daerah Haurgeulis kebanyakan

mengalami kenaikan, dari 26 jenis pedagang, didapati 12 pedagang menaikkan harga barang, 7 pedagang memilih untuk menurunkan harga barang dagangannya dan selebihnya yakni 7 pedagang memilih untuk tidak menaikkan atau menurunkan harga dagangan, dalam artian tetap/stabil.

Dari hasil penelitian, didapati 46% pedagang menaikkan harga barang pasca pandemi COVID-19. Hal yang menyebabkan terjadinya kenaikan harga barang di pasar tradisional daerah Haurgeulis dikarenakan naiknya modal belanja dan tambahan biaya transportasi pengiriman barang.

Selanjutnya didapati 27% pedagang memilih untuk menurunkan harga barangnya pasca pandemi COVID-19. Penurunan harga barang dilakukan oleh pedagang perabotan dan pedagang ikan pindang, hal tersebut dimaksudkan untuk menarik minat konsumen, serta bagi pedagang ikan pindang adanya pemberian bantuan sosial berupa sembako yakni berupa beras, telur, ikan asin manis, memberikan dampak besar bagi harga barang yang dijualnya. Hal tersebut menjadikan menurunnya minat beli konsumen untuk mengkonsumsi ikan pindang. Dikarenakan hal tersebut maka pedagang ikan pindang menurunkan harga dagangannya, sehingga bisa tetap pendapat keuntungan walaupun dalam jumlah yang sedikit. Penurunan harga juga dilakukan oleh Christina Purbawati dkk yang tertulis dalam jurnal Ilmiah Muqaddimah : Jurnal ilmu sosial, politik,

dan humaniora, dengan judul “Dampak Social Distancing Terhadap Kesejahteraan Pedagang di Pasar Tradisional Kartasura Pada Era Pandemi Korona” oleh, yang juga menyatakan bahwa, salah satu strategi yang dilakukan di masa pandemi COVID-19 oleh para pedagang pasar Kartasura, yaitu dengan menurunkan harga barang dagangan.³⁰³

Selanjutnya didapati 7% pedagang pasca pandemi COVID-19 memilih untuk tetap mempertahankan harga dagangannya. Menurut hasil pengamatan yang dilakukan peneliti kondisi pandemi memang meningkatkan modal belanja, namun beberapa pedagang memilih bertahan di kondisi ini untuk menjaga minat beli konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, dampak pandemi COVID-19 terhadap penentuan harga barang pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis sangat relatife, kebanyakan dari pedagang memilih untuk menaikkan harga barang, selebihnya memilih untuk bertahan bahkan menurunkan harga barangnya.

5. Jumlah Barang Terjual Pedagang Pasar Tradisional Daerah Haurgeulis di Masa Pandemi COVID-19

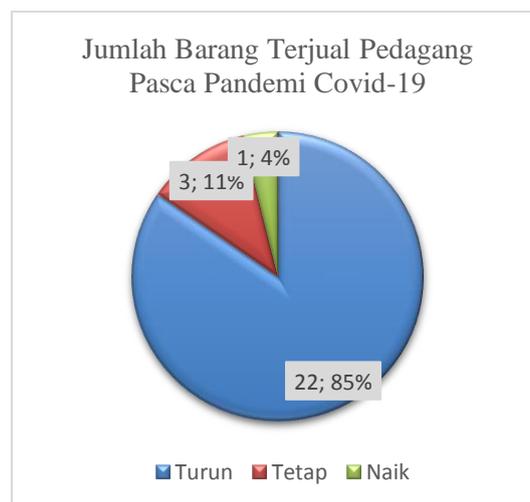
Jumlah barang terjual merupakan jumlah keseluruhan pengeluaran barang dagangan yang terjual di kondisi pandemi COVID-19 banyak dari masyarakat yang mengalami penurunan pendapatan bahkan beberapa

³⁰³ Christina Prbawati, at. all., *Dampak Social...*,hal 160

pekerja mengalami Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), serta banyaknya pelanggan makanan yang menurun pendapatannya atau malah tutup.

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, diketahui bahwa adanya pandemi COVID-19 di pasar tradisional daerah Haurgeulis memberikan pengaruh pada jumlah barang terjual, berikut digambarkan dalam bentuk diagram:

Diagram 5.5



Berdasarkan diagram lingkaran di atas jumlah barang yang terjual pasca pandemi COVID-19, banyak dari pedagang pasar mengalami penurunan, dari 26 jenis pedagang, didapati 22 pedagang mengalami penurunan jumlah barang yang terjual, 1 pedagang mengalami kenaikan jumlah barang yang terjual dan selebihnya yakni 3 pedagang stabil penjualannya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, didapati 85% pedagang mengalami penurunan jumlah barang yang terjual pasca pandemi COVID-19. Adapun penyebab turunnya jumlah barang yang terjual sangat beragam. Seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya, banyak dari masyarakat yang mengalami penurunan pendapatan dan bahkan sama sekali tidak memiliki pendapatan seperti terkena PHK bagi beberapa masyarakat Haurgeulis yang menjadi pekerja pabrik.

Selanjutnya berdasarkan 4% pedagang didapati kenaikan jumlah barang yang terjual pasca pandemi COVID-19, berbeda dengan pedagang lainnya, pedagang telur justru mengalami kenaikan pendapatan pasca pandemi COVID-19, hal tersebut karena pedagang telur bekerja sama dengan pemerintah daerah dalam menyediakan barang dagangan berupa telur yang akan disalurkan pada masyarakat menengah kebawah yang mendapatkan bantuan sosial sembako. Selebihnya yakni 11% pedagang tidak mengalami perubahan, yakni jumlah barang yang terjual pasca pandemi COVID-19 stabil.

Berdasarkan hasil penelitian, dampak pandemi COVID-19 terhadap jumlah barang terjual di pasar tradisional daerah Haurgeulis sangat berpengaruh pada menurunnya jumlah barang terjual dikarenakan mayoritas pedagang pasar mengalami penurunan jumlah barang terjual di masa pandemi COVID-19.

Hal ini sesuai dengan kajian yang dilakukan oleh Kementerian Keuangan yang ditulis oleh Aknolt Kristian Pakpahan dalam jurnal ilmiah dengan judul “COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah” pada Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional: Edisi Khusus tahun 2020, yang menyatakan bahwa, pandemi COVID-19 memberikan implikasi negatif bagi perekonomian domestic seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat. Pada aspek konsumsi dan daya beli masyarakat, pandemi menyebabkan banyak tenaga kerja berkurang atau bahkan kehilangan pendapatannya, sehingga berpengaruh pada tingkat konsumsi dan daya beli masyarakat terutama mereka yang ada dalam kategori pekerja informal dan pekerja harian. Sebagian besar masyarakat sangat berhati-hati dalam mengatur pengeluaran keuangannya karena ketidakpastian kapan pandemi ini akan berakhir. Hal ini menyebabkan turunnya daya beli masyarakat akan barang-barang konsumsi dan memberikan tekanan pada sisi produsen dan penjual.³⁰⁴

B. Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional Daerah Haurgeulis di Masa Pandemi COVID-19

Pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis dalam upaya mempertahankan dagangannya pada masa pandemi COVID-19 tentu memiliki suatu tujuan agar mereka tetap memperoleh penghasilan meskipun dalam

³⁰⁴ Aknolt Kristian Pakpahan, “COVID-19 dan Implikasi ...”, hal.60

kondisi pasar yang mengalami penurunan jumlah pembeli/pengunjung. Hal tersebut dilakukan karena sebelum adanya pandemi COVID-19 kondisi pasar tradisional daerah Haurgeulis dapat dikatakan ramai pengunjung.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di lapangan, maka temuan terkait strategi bertahan pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis di masa pandemi COVID-19 meliputi strategi aktif, strategi pasif, dan strategi jaringan sebagai berikut:

Tabel 5.1

Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional Daerah Haurgeulis di Masa Pandemi COVID-19

No	Strategi Bertahan	Tindakan yang dilakukan pedagang selama pandemi COVID-19
1.	Strategi Aktif	1) Menjaga Kualitas atau Mutu Barang Dagangan 2) Memberi Potongan Harga (Diskon) 3) Mengurangi Jumlah Barang Dagangan.
2.	Strategi Pasif	1) Mengurangi Pengeluaran Dalam Keluarga.
3.	Strategi Jaringan	1) Menyediakan Layanan Pesan Antar Barang. 2) Menjalin Hubungan Yang Baik Dengan Konsumen.

Sumber: Hasil Wawancara Pedagang Pasar Tradisional Daerah Haurgeulis

1. Strategi Aktif

Strategi aktif merupakan strategi bertahan yang digunakan serta dilakukan dengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki. Dalam hal ini tindakan pedagang pasar tradisional yang termasuk dalam strategi

bertahan aktif yakni dengan cara menjaga kualitas mutu barang dagangan, memberikan diskon/potongan harga kepada pelanggan setia atau pelanggan yang belanja banyak, dan mengurangi jumlah barang dagangan, yang termasuk ke dalam strategi aktif yakni sebagai berikut:

a. Menjaga Kualitas dan Mutu Barang Dagangan

Menjaga mutu dan kualitas barang dagangan menjadi hal yang perlu penting sebab saat pelaku usaha khususnya pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis menjual barang dagangan yang memiliki mutu dan kualitas baik tentu hal ini akan menjadi kunci keberhasilan dalam menjalankan kegiatan usaha, karena ketika komoditas barang yang dijual oleh pedagang memiliki mutu dan kualitas yang baik maka seorang pembeli tentunya akan memutuskan untuk menjadikan toko pedagang tersebut sebagai rujukan berbelanja selanjutnya. Sebab dalam kondisi pandemi COVID-19 masyarakat akan lebih berhati-hati dalam pembelian barang konsumsi. Seperti, sayuran, buah-buahan, makanan warung, daging, ikan ataupun bahan pokok lainnya

b. Memberikan Potongan Harga (Diskon)

Diskon/memberi potongan harga pada pembeli menjadi salah satu strategi dalam menarik minat beli konsumen. Strategi tersebut dilakukan agar pedagang tetap memperoleh pendapatan dari hasil

barang ataupun jasa yang ditawarkan, meskipun pedagang akan memperoleh pendapatan yang berkurang.

Pemberian diskon juga dilakukan oleh beberapa pedagang di pasar tradisional daerah Haurgeulis dalam upayanya menerapkan strategi bertahan di masa pandemi COVID-19. Terdapat beberapa keuntungan dari strategi tersebut, karena sebelumnya di kondisi pandemi COVID-19 barang lama terjual, karena pedagang memberikan potongan harga maka barang dagangan akan lebih cepat laku dan habis terjual.

Hal tersebut sesuai dengan hasil riset yang tertulis dalam sebuah jurnal ilmiah dengan judul “Dampak Social Distancing Terhadap Kesejahteraan Pedagang di Pasar Tradisional Kartasura Pada Era Pandemi Korona” oleh Christina Purbawati dkk dalam Jurnal Ilmiah Muqaddimah : Jurnal ilmu sosial, politik, dan humaniora, yang menyatakan bahwa, strategi yang dilakukan oleh pedagang yang ada di pasar tradisional Kartasura yakni dengan menurunkan harga dagangan.³⁰⁵

c. Mengurangi Jumlah Barang Dagangan

Mengurangi jumlah barang dagangan menjadi cara alternatif dalam strategi bertahan pedagang di kondisi pandemi COVID-19

³⁰⁵ Christina Prbawati, at. all., “Dampak Social Distancing...”,hal. 161

dalam upaya mempertahankan kelangsungan usahanya. Selama masa pandemi COVID-19 pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis memilih strategi bertahan dengan cara mengurangi jumlah barang dagangan untuk mengantisipasi terjadinya kerugian yang lebih besar.

Hal ini juga sesuai dengan hasil riset yang tertulis dalam sebuah jurnal ilmiah dengan judul “Dampak Social Distancing Terhadap Kesejahteraan Pedagang di Pasar Tradisional Kartasura Pada Era Pandemi Korona” oleh Christina Purbawati dkk dalam Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal ilmu sosial, politik, dan humaniora, yang menyatakan bahwa, strategi yang dilakukan oleh pedagang yang ada di pasar tradisional Kartasura yakni dengan mengurangi jumlah dagangan.³⁰⁶

2. Strategi Pasif

Strategi pasif adalah suatu strategi bertahan yang dilakukan dengan cara meminimalisir pengeluaran yang ada dalam keluarga. Strategi pasif menjadi salah satu strategi yang digunakan untuk bertahan di masa pandemi COVID-19 dengan membiasakan hidup hemat saat hendak membeli sesuatu.

³⁰⁶ *Ibid.*,hal 161

a. Mengurangi Pengeluaran Sehari-hari Dalam Keluarga.

Dengan mengurangi pengeluaran rumah tangga itu akan membantu meringankan tekanan ekonomi yang dirasakan oleh pedagang di masa pandemi COVID-19. Banyak dari pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis yang mengalami kesulitan ekonomi akibat adanya pandemi COVID-19 yang hingga sampai saat ini dampaknya masih belum berakhir. Oleh karenanya pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis melakukan strategi bertahan dengan meminimalisir pengeluaran internal dalam keluarganya.

Hal tersebut juga dilakukan oleh pedagang di pasar tradisional Mleto Surabaya. Berdasarkan penelitian berupa skripsi yang dilakukan oleh Nita Zarotul Nisa dengan judul skripsi Eksistensi Pedagang Pasar Tradisional Mleto Di Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo, Surabaya Pada Masa Pandemi COVID-19 Dalam Perspektif Teori Tindakan Sosial Max Weber. Yang dalam penelitiannya pedagang pasar tradisional melakukan strategi bertahan hidup pasif, yakni dengan cara mengurangi pengeluaran sehari-hari dalam keluarganya dengan merangkingkan barang yang yang ingin di prioritaskan seperti bahan pangan dan barang-barang pokok lainnya.³⁰⁷

³⁰⁷ Nita Zarotul Nisa, *Eksistensi Pedagang...*, hal. 104.

3. Strategi Jaringan

Strategi jaringan merupakan strategi bertahan yang dilakukan dengan cara memanfaatkan jaringan sosial yang dimiliki. Oleh karena itu strategi tersebut juga dilakukan oleh pedagang pasar tradisional dengan cara memberikan layanan pesan antar barang kepada pembeli yang takut ke pasar. Strategi jaringan juga menjadi salah satu strategi yang dilakukan pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis dalam upaya mempertahankan usahanya di kondisi pandemi COVID-19. yang termasuk kedalam strategi bertahan jaringan yakni sebagai berikut:

a. Menyediakan Layanan Pesan Antar Barang

Di kondisi saat ini tidak sedikit dari masyarakat yang sudah menggunakan handphone dalam kehidupan sehari-harinya. Komunikasi yang dimanfaatkan dengan baik juga menjadi salah satu strategi dalam mengatasi permasalahan di kondisi pandemi COVID-19 beberapa pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis mengambil strategi dengan mulai menyediakan layanan pesan antar barang kepada pelanggannya. Penyediaan fasilitas berupa layanan pesan antar barang yang diberikan pedagang oleh konsumen telah dilakukan oleh beberapa pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis seperti Ibu Wati pedagang tempe yang juga menggunakan strategi layanan pesan antar barang. Pesanan tersebut dilakukan melalui *Handphone* yang

tersambung dengan media sosial *WhatsApp* yang akan memberikan informasi terkait pemesanan barang dagangannya.

Keuntungan dari menyediakan layanan pesan antar barang kepada konsumen adalah usaha yang dijalankan akan lebih cepat laku dan habis terjual. Karena apabila hanya mengandalkan pembeli yang mendatangi pedagang secara langsung di kondisi pandemi dapat dikatakan kurang efektif. Yang mengakibatkan pedagang akan tetap mengalami penurunan pendapatan lebih banyak lagi.

Cara bertahan yang dilakukan oleh salah satu pedagang di pasar tradisional daerah Haurgeulis adalah dengan berjualan secara *online* dengan memanfaatkan media sosial seperti *facebook* dan *whatsapp*. Hal ini menjadi solusi bagi masyarakat dalam melakukan kegiatan konsumsi. Sehingga pada masa pandemi ini berjualan secara *online* menjadi salah satu cara bertahan yang dilakukan oleh pedagang. Hal ini sesuai dengan pernyataan Adina Dwijayanti dalam artikelnya berjudul “Pemanfaatan Strategi Digital Menggunakan E-Commerce dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Pempek 4 Beradek di masa Pandemi COVID-19” yaitu, dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam pemasaran dengan cara *online* atau terhubung ke internet.³⁰⁸

³⁰⁸ Adina Dwijayanti “Pemanfaatan Strategi Digital Menggunakan E-Commerce dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi COVID-19”, *Artikel Ikraith-Avdimas* Vol 4 No.2 : Politeknik LP31 Bandung, Juli 2021

b. Menjalin Hubungan Baik Dengan Konsumen

Menjaga hubungan merupakan salah satu faktor pendukung dalam kelangsungan usaha yang sedang ditekuni. Oleh karena itu menjalin hubungan baik dengan konsumen juga dilakukan oleh pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis. salah satunya dengan bersikap ramah ketika melayani konsumen/pembeli saat sedang melakukan transaksi. Tindakan ini dilakukan pedagang sebagai strategi dalam upaya mempertahankan usahanya di kondisi pandemi COVID-19.

Berhubungan dengan baik menjadi salah satu strategi yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis. strategi yang dilakukan pedagang juga sama seperti yang dikatakan oleh Catharina Badra Nawangpalupi dan Fianda Julyantoro dalam bukunya yang berjudul *Menyerah Bukan Pilihan*, masa krisis adalah momentum yang perlu dimanfaatkan untuk menjalin hubungan yang lebih erat dengan pelanggan. Hubungan yang selama ini sifatnya transaksional perlu diperdalam agar bisa menjadi lebih emosional. Hal ini akan menjadi modal penting bagi bisnis, terutama untuk menghadapi kondisi baru setelah masa krisis berlalu.³⁰⁹

³⁰⁹ Catharina Badra Nawangpalupi dan Fianda Julyantoro, (ed.), *Menyerah Bukan Pilihan* (Surabaya : Unitomo Press 2020), hal. 11-12.

Pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis dalam upaya mempertahankan usahanya di masa pandemi COVID-19 yakni dengan melakukan beberapa strategi seperti strategi aktif, strategi pasif dan strategi jaringan. Strategi yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis juga dilakukan oleh pedagang pasar tradisional Mleto di Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo, Surabaya pada masa pandemi COVID-19. Seperti penelitian berupa skripsi yang dilakukan oleh Nita Zarotul Nisa dengan judul skripsi Eksistensi Pedagang Pasar Tradisional Mleto Di Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo, Surabaya Pada Masa Pandemi COVID-19 Dalam Perspektif Teori Tindakan Sosial Max Weber. Yang dalam penelitiannya strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional Mleto Surabaya yakni dengan menggunakan strategi aktif, strategi pasif dan strategi jaringan.³¹⁰

C. Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional Daerah Haurgeulis di Masa Pandemi COVID-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Islam merupakan agama rahmatan lil alamin, dalam kegiatan ekonomi Islam memiliki konsep. Konsep yang diajarkan oleh Islam salah satunya adalah peranan pasar yang sangat efektif dalam kegiatan ekonomi, apabila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara normal.³¹¹

³¹⁰ Nita Zarotul Nisa, *Eksistensi Pedagang...*, hal. 108.

³¹¹ Asas, *Konsep Harga...*, hal. 18

Ilmu ekonomi berawal dari pemikiran yang kemudian dikembangkan menjadi teori dan model. Dalam Islam Ibnu Taymiyyah dikenal sebagai bapak ilmu ekonomi Islam. Ibnu Taymiyyah memiliki pandangan tentang pasar bebas, dimana suatu harga dipertimbangkan oleh permintaan dan penawaran. Ibnu Taymiyyah mengatakan bahwa naik turunnya harga tidak mesti berhubungan dengan kezaliman (*zhulm*) yang dilakukan oleh seseorang. Ungkapan tersebut, menggambarkan bahwa perubahan dalam penawaran digambarkan sebagai peningkatan atau penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan ditentukan oleh selera dan pendapatan. Besar kecilnya harga barang tergantung pada besarnya perubahan penawaran atau permintaan. Bila seluruh transaksi sudah selesai dengan aturan maka kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak pasar.³¹²

Mewabahnya virus Corona 2019 (COVID-19) berdampak pada berbagai sektor seperti pariwisata, perekonomian, perdagangan dan investasi. Dampak adanya pandemi COVID-19 ini sangat mempengaruhi perekonomian global. Tentu hal yang sama juga dirasakan oleh masyarakat di daerah Haurgeulis Indramayu. Pedagang di pasar tradisional daerah Haurgeulis juga mengalami kelesuan, namun di kondisi saat ini pedagang harus sabar dan tetap berusaha dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya. Para pedagang harus tabah dalam kerugian dan penurunan pendapatan yang

³¹² Euis Amalia, "Mekanisme Pasar Dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Prespektif Ekonomi Islam", *Jurnal Al-Iqtishad*, Vol. V No. 1, Januari 2013 ..., hal.5

mereka alami. Mempertahankan usaha di kondisi pandemi COVID-19 tentu sangatlah sulit, namun pedagang harus tetap berikhtiar dan berusaha semaksimal mungkin. Dalam Al-Qur'an Allah SWT berfirman (Q.S Ali-Imran ; 159)

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya “Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkal kepada Allah SWT. Sesungguhnya Allah SWT menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya” (Q.S Ali-Imran ; 159)³¹³

Seseorang yang sudah memiliki tekad dan keyakinan yang kuat dengan diiringi tawakal kepada Allah SWT maka Allah SWT akan memudahkan jalan dan menyampaikan pada tujuan yang diinginkan. Karena setiap pedagang memiliki tujuan. Secara umum tujuan pedagang adalah untuk mendapatkan keuntungan dari setiap usaha yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Dikondisi pandemi COVID-19 pemenuhan kebutuhan hidup menjadi sangat sulit hal ini selaras dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Karena banyak dari para pedagang mengalami penurunan pendapatan. Nilai-nilai ekonomi Islam dijadikan sebagai strategi bertahan bagi para pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis dikondisi pandemi COVID-19. Seperti peranan keyakinan *Tauhid* (keesaan tuhan) akan keesaan Allah SWT yang merupakan fondasi

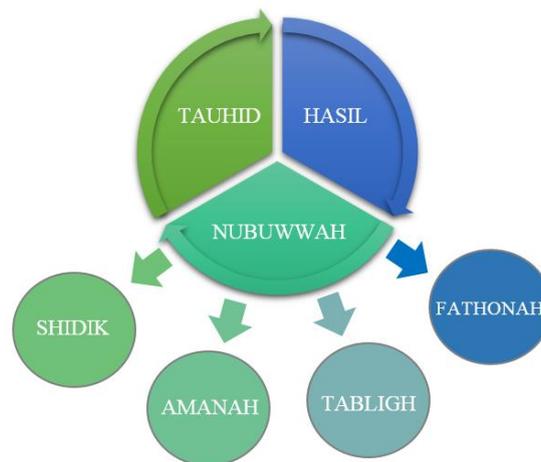
³¹³ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*..., hal.71

ajaran agama Islam. Prinsip ketauhidan juga diterapkan oleh Uswatun Khasanah dalam skripsinya yang berjudul, *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Cabai Di Pasar Plaza Bandar Jaya Lampung Tengah*, yang menyatakan bahwa, tiga pedagang cabai di pasar Plaza Bandar Jaya Lampung menerapkan sikap ketauhidan dalam menjalankan aktivitas berdagang dengan tidak melakukan unsur penipuan.³¹⁴

Dengan percaya dan meyakini serta menerapkan prinsip *Tauhid* (keesaan tuhan) maka manusia akan melakukan *Nubuwwah* (kebiakan) dengan tetap bersabar dan berusaha semaksimal mungkin serta tetap memegang nilai-nilai dan prinsip-prinsip pedagang Islam seperti sifat-sifat utama yang harus diteladani oleh manusia selaku pelaku ekonomi dan bisnis yakni, *Siddiq, Amannah, Tabligh* dan *Fatonah*. Berikut gambaran mengenai strategi bertahan pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis menurut prespektif ekonomi Islam:

³¹⁴ Uswatun Khasanah, *Tinjauan Ekonomi Islam...*, hal.64

Gambar 5.1
Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional Daerah Haurgeulis
Menurut Perspektif Ekonomi Islam



Dalam urusan muamalah Rasulullah SAW mengajarkan dan mencontohkan kepada umatnya untuk memegang ajaran agama Islam dengan tetap menerapkan etika bisnis Islam yang harus difahami oleh setiap pedagang yaitu sifat *Siddiq*, *Amannah*, *Tabligh* dan *Fatonah*.

1. *Siddiq* (Benar/jujur)

Siddiq memiliki arti benar atau jujur. Seorang pelaku usaha harus berkata benar, dalam hal ini penerapan sifat *siddiq* dilakukan pada kegiatan muamalah. Cakupan jujur sangatlah luas dan banyak dalam kegiatan bermuamalah seperti, tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat barang dagangan, atau menimbang takaran dengan kurang tepat. Dalam melakukan kegiatan usaha, seorang muslim harus menjunjung tinggi sikap jujur, karena kejujuran merupakan sarana yang dapat

memperbaiki kinerja pedagang. Seseorang yang berkata benar dalam berdagang tentu akan memperoleh kepercayaan pembeli yang juga menjadi salah satu strategi bertahan di kondisi pandemi COVID-19.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, prinsip kejujuran sudah banyak dipahami oleh pedagang yang ada di pasar tradisional daerah Haurgeulis. Banyak dari pedagang yang menerapkan prinsip kejujuran dalam berdagang. Seperti yang dilakukan oleh Bapak Asep Saefullah pedagang sembako dan Ibu Hj. Masriah pedagang pakaian di pasar tradisional daerah Haurgeulis.

Bukan hanya pedagang di pasar tradisional daerah Haurgeulis saja yang menerapkan prinsip kejujuran dalam strateginya, hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Eriza Yolanda Maldina dalam skripsinya yang berjudul Strategi Pemasaran Islam Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista, Dalam penelitiannya salah satu sifat Rasulullah menjadi strategi pemasaran pada butik Calista.³¹⁵

2. *Ammanah* (Dipercaya)

Sifat *Amanah* memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur. Maksud dari sikap *amanah* itu sendiri adalah dengan mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya,

³¹⁵ Eriza Yolanda Maldina, *Strategi Pemasaran Islam Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*. (Palembang: Skripsi UIN Raden Fatah, 2016), hal. 49

tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain, baik itu hak-hak milik Allah SWT ataupun hak seorang hamba. Hal tersebut bisa berupa benda, pekerjaan, perkataan ataupun kepercayaan hati.

Sikap *amanah* seyogyanya dipahami dan diterapkan oleh para pedagang yaitu seperti menepati janji, menjaga jika ada yang menitipkan sesuatu, dan memenuhi ukuran dan takaran sesuai spesifikasi yang sudah disepakati. Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penerapan sikap *amanah* sebagai strategi bertahan pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis. Pedagang juga memahami bahwa sikap *amanah* menjadi salah satu bentuk etika yang harus diterapkan, baik dalam bentuk ucapan maupun dalam bentuk perbuatan. Penerapan sikap *amanah* yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis Ibu Suni dan Ibu Desi yakni salah satunya dengan menjaga barang dagangan pelanggan yang menitipkan barang belanjanya.

Sikap *amanah* ini juga diterapkan oleh pedagang lain, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Heri Irawan dalam penelitiannya yang berjudul Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai, dalam penelitiannya yang berupa tesis dijelaskan bahwa, 20

pedagang sembako di pasar Sentral Sinjai menerapkan sikap *amanah* dengan menjelaskan cacat barang yang akan dijual kepada pelanggan.³¹⁶

3. *Tabligh* (Komunikasi/keterbukaan)

Ajaran Rasulullah SAW selanjutnya adalah sifat *tabligh* yang memiliki arti menyampaikan/komunikasi/keterbukaan. Seorang pelaku usaha Islam pedagang harus mampu menyampaikan keunggulan dan keunggulan dari produk dagangan dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran. Selain itu, diperlukan ide-ide inovatif yang *up to date* dan mampu menyampaikannya secara tepat dan mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarkannya. Dengan begitu, pelanggan dan calon pelanggan dapat dengan mudah memahami apa yang disampaikan.

Sifat *tabligh* merupakan taktik hidup pedagang muslim, sebab dalam kondisi pandemi COVID-19 banyak dari pembeli yang lebih teliti untuk memilih barang dengan menanyakan kondisi barang sebelum dibeli. Kesabaran dalam penyampaian informasi sangat berperan penting untuk kelangsungan usahanya. Hal semacam ini selaras dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada pedagang di pasar tradisional daerah Haurgeulis yaitu Ibu Mutoharoh dan Bapak H. Selamet, dalam penerapan sifat *tabligh* yakni dengan menawarkan barang dagangannya sehingga

³¹⁶ Heri Irawan, *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai*. (Makasar : Tesis UIN Alauddin Makasar, 2017), hal. 91

terjalin komunikasi yang baik dengan pembeli sehingga menumbuhkan minat beli konsumen.

Hal yang sama juga dilakukan oleh Eriza Yolanda Maldina dalam skripsinya yang berjudul *Strategi Pemasaran Islam Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*, Dalam penelitiannya dijelaskan penerapan sifat *tabligh* juga dilakukan oleh Butik Calista dengan menunjukkan barang dagangannya pada pembeli..³¹⁷

4. *Fathanah* (Kecerdasan/Intelektualitas)

Sifat *fatanah* berarti kecerdasan yakni memiliki pengetahuan luas, dan nilai-nilai dalam berusaha. Sifat *fatanah* dapat juga diartikan sebagai strategi hidup setiap muslim. Seorang muslim yang mempunyai kecerdasan dan kebijaksanaan, akan mementingkan persoalan akhirat dibandingkan dengan persoalan dunia. Kecerdasan yang dimaksud disini bukan hanya kecerdasan intelektual tapi juga kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual seperti yang dikatakan Ary Ginanjar yaitu; kemampuan untuk memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku kegiatan, melalui langkah-langka dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju manusia seutuhnya dan memiliki pola pemikiran tauhid serta berprinsip hanya kepada Allah SWT.³¹⁸

³¹⁷ Eriza Yolanda Maldina, *Strategi Pemasaran Islam...*, hal.50

³¹⁸ Amal Al Ahyadi, *Emotional Spiritual Quotient (Esq) Menurut Ary Ginanjar Agustian Dan Relevansinya Dengan Pengembangan Kompetensi Spiritual Dan Kompetensi Sosial Kurikulum 2013* (Yogyakarta: Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015), hal. 1

Sifat *fathanah* dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Karena potensi paling berharga dan termahal yang hanya diberikan pada manusia adalah akal (intelektualitas).

Dikondisi pandemi COVID-19 ini sifat *fathonah* sangatlah diperlukan karena bukan hanya soal persaingan saja namun kelangsungan usaha di kondisi pandemi COVID-19 juga harus dipertahankan. Seperti hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti bahwa pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis yang menerapkan sifat *fathonah* dalam melakukan kegiatan usahanya adalah Bapak Dian pedagang telur, hal yang dilakukan bapak dian adalah dengan memanfaatkan kondisi pandemi COVID-19 untuk meningkatkan pendapatannya dengan bekerjasama dengan pemerintah sebagai distributor telur yang akan dibagikan kepada masyarakat. Selanjutnya sikap *fathonah* juga diterapkan oleh pedagang tempe yakni Ibu Wati yang membuka layanan pesan antar barang di masa pandemi COVID-19.