

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Pustaka**

##### **1. Eksistensi**

Eksistensi berasal dari kata eks (keluar) dan sistensi, yang diturunkan dari kata kerja sisto (berdiri, menempatkan).<sup>1</sup> Dan arti eksistensi menurut istilah artinya sebagai yang berada. Konsep eksistensi menunjuk pada sesuatu yang hadir secara konkrit, memiliki efek, jelas, pasti, kelihatan dan yang lakukan sesuatu.<sup>2</sup>

##### **2. Kajian tentang Pasar**

Definisi pasar dalam kajian ekonomi merupakan besarnya permintaan(demand) serta penawaran (suplay) terhadap produk tertentu, baik produk berupa barang ataupun jasa sekalipun. Pengertian pasar itu jelas lebih luas bila dibandingkan dengan arti pasar dalam kehidupan sehari-hari yang mengartikan pasar hanya wadah dalam transaksi terhadap produk(barang atau jasa) yang diperjualbelikan.<sup>3</sup>

Pasar merupakan satu dari beberapa banyak sistem, institusi, hubungan sosial dan infrastruktur dimana yang menjual produk (berupa

---

<sup>1</sup> Wikipedia, Keberadaan atau Eksistensi, diakses dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Keberadaan>, pada tanggal 19 Oktober 2020 pukul 10.32

<sup>2</sup> Harun Hadiwijono, *Sari Sejarah Filsafat Barat 2. Cet. IX*, (Yogyakarta: Kanisius, 1993) halaman 148

<sup>3</sup> Eeng ahman, *Ekonomi dan Akutansi: Membina Kompetensi Ekonomi*, (Bandung: Penerbit Grafindo Media Pratama, 2007) hlm. 89

barang dan jasa) kepada para konsumen yang ada. Pasar memiliki banyak variasi baik dari segi besar atau kecilnya, penjangkauannya, lokasi, dan jenis komunitas yang ada, serta berbagai produk yang diperdagangkan. Berikut pengertian pasar dari beberapa ahli sebagai berikut.

a. William J. Stanton

Menurut beliau arti pasar merupakan sekelompok manusia yang berkeinginan mendapatkan kepuasan atas uang yang mereka belanjakan dan juga pula adanya hasrat untuk membelanjakan uangnya.<sup>4</sup>

b. KBBI

KBBI mengemukakan, arti dari pasar adalah tempat sekumpulan orang yang bertransaksi antar penjual dan pembeli. Dan juga wadah untuk transaksi jual- beli yang dibuat sebuah organisasi, dan sebagian dimaksud mencari derma.<sup>5</sup>

c. Handri Ma'aruf berpendapat bahwa pasar memiliki dua arti bagain yaitu:

- 1) Pengertian pasar dalam arti "*tempat*" yaitu wadah/tempat bertransaksi.
- 2) Pengertian pasar yang kedua dalam arti "*penawaran serta permintaan*" yaitu arti pasar sebagai adanya kegiatan transaksi jual beli .<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Mac Aditiawarman, *Variasi Bahasa Masyarakat*, (Padang: Universitas Ekasakti, 2019) hlm 171

<sup>5</sup> Pasar (Def.1) (n.d), Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, diakses dari <https://kbbi.web.id/pasar>, pada tanggal 22 Februari 2021

<sup>6</sup> Mac Aditiawarman, *Variasi Bahasa Masyarakat...hlm 172*

Selain pengertian di atas tentang pasar, pasar juga memiliki ciri negatif yang menempel dalam tempat tersebut. Bahkan dalam Islam sendiri dikatakan di dalam Hadist dari Abu Hurairah R.A. bahawa Rasulullah SAW bersabda:

أَحَبُّ الْبِلَادِ إِلَى اللَّهِ مَسَاجِدُهَا ، وَأَبْغَضُ الْبِلَادِ إِلَى اللَّهِ أَسْوَاقُهَا

Artinya: “Tempat yang paling dicintai oleh Allah adalah Masjid-masjid dan tempat yang dibenci Allah SWT adalah Pasar” (HR. Imam Muslim).<sup>7</sup>

Dari hadist diatas, mengatakan bahwa tempat yang dicintai Allah SWT adalah masjid karena masjid merupakan tempat suci yang didalamnya terdapat orang yang melakukan ibadah dan tempat bersujud kepada Allah SWT, sedangkan pasar merupakan tempat dimana banyak sekali orang melakukan hal buruk seperti riba, penipuan, dan kejahatan lainnya karena pasar merupakan tempat untuk mencari uang yang dimana para manusia lalai sehingga yang dipikirkan hanyalah uang dan uang atau secara tidak langsung manusia tersebut terlalu memikirkan duniawi saja. Namun dilain pihak pasar juga bisa digunakan sebagai media untuk berdakwah. Bahkan dimasa Rasulullah SAW, Beliau sendiri yang melakukan pengawasan terhadap pasar dan menemukan jodohnya Siti Khadijah di pasar tersebut. Dalam melakukan pengawasan Rasulullah SAW juga membuat tim *hisbah* (pengawasan) guna untuk mengawasi pasar sehingga pasar tersebut

---

<sup>7</sup> Muhammad Nasiruddin Al-Albani, *Ringkasan Hadist Shahih Muslim Terj.* Abu Fahmi Huadi, (Jakarta:Pustaka Azzam, 2008) hlm.195

terhindar dari hal buruk seperti penipuan, riba, ketidakadilan dan lain-lain.<sup>8</sup>

Selain itu pasar juga mempunyai fungsi secara umum dan, berikut ini adalah fungsi dari pasar yang terdiri dari:

a. Fungsi distribusi produk

Fungsi pasar yang pertama ini merupakan fungsi pasar sebagai tempat penyaluran produk. Dimana pasar sendiri merupakan wadah bagi seluruh pelaku ekonomi seperti penjual distributor, serta pembeli jadi secara tidak langsung pasar juga berfungsi untuk menyalurkan/mendistribusikan produk karena banyaknya pelaku ekonomi di pasar, baik sebagai produsen, konsumen ataupun distributor yang ada di pasar tersebut.

b. Fungsi sebagai Penetapan Harga

Pasar sendiri adalah salah satu tempat transaksi jual-beli, maka tidak menutup kemungkinan bahwa pasar juga dapat menjadi fungsi penetapan harga namun itu tergantung struktur pasar tersebut. Apabila pasar tersebut merupakan pasar persaingan sempurna maka harga akan ditetapkan oleh mekanisme pasar atau tergantung permintaan dan penawaran produk tersebut, dan jika pasar tersebut merupakan pasar persaingan tidak sempurna harga ditetapkan oleh penjual ataupun produsen produk yang ada di pasar tersebut.

c. Fungsi tenaga kerja

---

<sup>8</sup> Iqom Mukhiqom, "Konsep Pasar Tradisional Menurut Islam", *Tesis*, (Yogyakarta: Program Magister UIN Sunan Kalijaga, 2014), hlm. 1-2

Dalam pasar terdapat banyak sekali pelaku ekonomi baik sebagai penjual, pembeli atau distributor. Selain itu juga terdapat pihak-pihak yang lain yang mengurus pasar ataupun jalannya kegiatan ekonomi yang ada di pasar seperti: tukang parkir, tukang bersih-bersih dan yang lainnya. Dan itu juga menyerap tenaga kerja yang ada. Bahkan dengan adanya pasar itu juga berpengaruh dengan lingkungan sekitar dengan membuka usaha untuk meningkatkan ekonominya.

d. Fungsi Promosi

Di dalam pasar sendiri terdapat banyak masyarakat yang ada untuk melakukan transaksi ekonomi, dan itu sangat cocok bagi para produsen untuk mempromosikan produknya kepada seluruh masyarakat yang ada di pasar tersebut.<sup>9</sup>

### 3. Kajian tentang Pasar Tradisional

Awal mula pertumbuhan pasar tradisional yang ada bermula dengan masyarakat yang berkumpul suatu tanah lapang tanpa adanya bangunan permanen yang sedang bertransaksi atas produk yang diperjualbelikan. Di Indonesia sendiri pasar tradisional muncul pertama kali saat kerajaan Majapahit pada abad 14 dan terletak di persimpangan jalan yang ada di pusat kota di Kerajaan Majapahit. Dan sejarah mencatat bahwa di Indonesia terdapat pasar di tahun 1646 yang ada di daerah Kota Banten yaitu di daerah. Dengan demikian pengertian pasar tradisional secara operasional sebagai

---

<sup>9</sup> Mac Aditiawarman, *Variasi Bahasa Masyarakat*, (Padang: Universitas Ekasakti, 2019), hlm. 172-174

dasar pemahaman pasar tradisional sebagai komponen struktur kota tradisional Jawa adalah tempat berkumpul untuk bertransaksi jual-beli, salah satu pusat kegiatan sosial ekonomi masyarakat di daerah tersebut, dan terciptanya hubungan ekonomi yang menghasilkan terjalinnya interaksi sosial yang akrab antara pelaku ekonomi yang ada atau pihak lain yang mengurus jalannya mekanisme pasar maka itu merupakan warisan sosial representasi kebutuhan bersosialisasi antar individu, secara situasi yang saling berdekatan dalam satu permukiman. Secara makro berada pada tempat strategis (mudah dijangkau oleh seluruh masyarakat), dan mempunyai sifat kemanusiaan jadi dapat menjalin kedekatan antar individu serta bersifat “Kekeluargaan”.<sup>10</sup> Dan berikut ini merupakan ciri-ciri dari pasar tradisional:

- a. Biasanya dibuat serta dikelola masyarakat atau Otoritas daerah setempat.
- b. Dijadikan sebagai salah satu sumber retribusi daerah tersebut.
- c. Tempat dari pasar tersebut biasanya di kawasan yang terbuka.
- d. Harga yang ditawarkan oleh penjual masih dapat ditawar-menawar (dan itulah yang menjadi ciri khas dari pasar tradisional)
- e. Produk yang dijual merupakan produk daerah setempat.
- f. Harga produk terjangkau untuk masyarakat.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Istijabatul Aliyah, *Pasar Tradisional:Kebertahanan Pasar dalam Konstelasi Kota*, (Surakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020) hlm. 1-3

<sup>11</sup> Dian Sukma Dewi, *Skripsi: “Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional”*, ( Metro :IAIN Metro, 2018), hlm. 29

Dalam pembuatan serta pengadaan modal usaha pada pasar tradisional bisa diberikan fasilitas dari Pemerintah Daerah, BUMD, bisa juga berkeja sama dengan pihak swasta, perorangan, kelompok, masyarakat, kerjasama kemitraan dan juga Badan Usaha maupun Koperasi, serta wajib mengikuti bagaimana rencana tata ruang yang dibuat oleh pemerintah Daerah Kabupaten Tulungagung juga harus mengikuti sistem pola zonasi yang sudah ditentukan.<sup>12</sup> Dan dalam pendirian pasar tradisional juga harus mengikuti peraturan daerah Kabupaten Tulungagung sebagai berikut.

- a. Melihat bagaimana kondisi masyarakat baik dari segi ekonomi dan sosial, terhadap keberadaan pasar tradisional dan para pelaku ekonomi kecil
- b. Memberikan adanya fasilitas agar terjaminnya pasar tradisional yang bersih, sehat higienis. Dan ini merupakan hal yang penting untuk mendukung pengurangan penyebaran Covid-19. Serta tak lupa keamanan dan ketertiban dalam membuat pasar tradisional menjadi nyaman
- c. Membangun adanya tempat guna untuk kendaraan para pelaku di area pasar tradisional secara memadai.
- d. Memberikan fasilitas halte, guna untuk tempat pemberhentian kendaraan angkutan umum.

---

<sup>12</sup> Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung Nomor 6 Tahun 2010 tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan serta Pengendalian Pasar Modern pasal 4

- e. Tejaminnya tentang blok atau pembagian tempat untuk pedagang dan sudah sesuai dengan kriteria baik dari jenis komoditi, maupun kejelasan tentang kelengkapan pendanaan blok tersebut. Serta diimbangi dengan penambahan fasilitas sirkulasi udaranya baik secara alami maupun buatan sesuai dengan ketentuan yang sudah ada.
- f. Dibangunnya fasilitas umum berupa, toilet, kamar mandi, tempat beribadah, tempat pembuangan sampah pasar, serta fasilitas lainnya tergantung kebijakan yang sudah ditetapkan.
- g. Adanya sarana penanggulangan bencana, seperti alat pemadaman api serta kemudahan rute keselamatan seluruh masyarakat yang ada di pasar tradisional tersebut.
- h. Perbaikan drainase di pasar tradisional dan juga menjamin tempat pembuangan sampah, serta penempatannya yang berfungsi untuk menjamin kebersihan pasar tradisional.<sup>13</sup>

Setelah melihat mekanisme pasar tradisional di atas maka kurang lengkap jika kita belum mengetahui mekanisme dari pasar modern yang merupakan pesaing usaha pasar tradisional. Pasar modern sendiri sangat berbeda ada dari pasar tradisional yang sudah dijelaskan di atas, pasar modern biasanya dibangun oleh pihak swasta, bersifat tertutup, dan berada ada di tengah kota, dan dibuat secara megah serta memiliki banyak fasilitas dan pelayanan. Maka tidak wajar apabila pasar modern memiliki harga

---

<sup>13</sup> Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung Nomor 6 Tahun 2010 tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan serta Pengendalian Pasar Modern pasal 6

produk lebih tinggi dan mutlak, karena memiliki *operasional cost* yang juga tinggi dari fasilitas dan pelayanannya.

Dalam penelitian ini peneliti lebih tertarik untuk meneliti pasar tradisional dikarenakan untuk mengetahui keadaan masyarakat menengah ke bawah dengan adanya Pandemi Covid 19. Selain itu peneliti juga tertarik melihat bagaimana keberadaan pasar tradisional dengan berbagai kebijakan di masa Pandemi Covid- 19, yang dinilai pasar tradisional kurang cocok dengan penerapan protokol kesehatan seperti *physical distancing* karena prinsip kekeluargaan dimilikinya masyarakat cenderung berkerumun dan belum lagi dengan tingkat kebersihan tempat yang dinilai kurang cocok di masa Pandemi Covid- 19 ini.

#### **4. Pasar Tradisional dalam Pandangan Ekonomi Syariah**

Dalam masa Rosulullah SAW pasar merupakan salah satu hal yang paling penting. Bahkan saat masyarakat muslim berhijrah ke kota Madinah, Rosulullah SAW sendiri juga memiliki peran sebagai pengawasan pasar (*al-muhtasip*). Sejalan dengan jenis pasar persaingan sempurna dimasa sekarang atau yang diterapkan di dalam pasar tradisional, Rosulullah SAW juga sangat menghargai mekanisme pasar sebagai penetapan harga yang ada di pasar. Dan beliau Menolak adanya kebijakan penetapan harga suatu barang. Dan saat di Madinah sendiri mengalami kenaikan harga yang cukup drastis, Rasulullah SAW pun membiarkannya karena kenaikan tersebut murni atas permintaan dan penawaran atas barang ataupun komoditas tersebut. Menurut Beliau tak seorang pun dapat menjadi

penetapan harga dipasar, karena harga pasar sendiri sudah menjadi ketentuan Allah SWT.<sup>14</sup> Dan itu tertulis dalam Hadist berikut ini:

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى أَلْقَى اللَّهَ  
وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya: “Sesungguhnya Allahlah Zat Yang menetapkan harga, Yang menahan, Yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta”. (HR Abu Dawud, Ibn Majah dan at-Tirmidzi).<sup>15</sup>

Salah satu hal yang penting dalam transaksi jual beli dalam islam adalah dengan mengikuti kitab suci Al-Quran serta menghindari larangannya. Bahkan dalam perilaku atau sunah Rasulullah SAW juga dapat ditiru dalam melakukan transaksi jual beli yang ada di pasar, dan berikut merupakan beberapa aturan mekanisme ekonomi yang terdapat dalam Islam.

- a. Harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran terhadap suatu produk tersebut.
- b. Melarang penimbunan barang
- c. Perintah melakukan jual beli dengan dasar suka sama suka baik dari segi harga maupun kualitas dan kuantitas produk yang diperjualbelikan.
- d. Mengikuti sifat Rasulullah SAW, yaitu amanah atau jujur

---

<sup>14</sup> Harjoni Deski, *Islam & Aktifitas Pasar dalam Prespektif Ekonomi Syariah*, (Aceh:IAIN Lhokseumawe, 2017) hlm. 7-8

<sup>15</sup> Adiwarmam Karim, *Ekonomi Islam suatu Kajian Ekonomi Makro*, (Jakarta: IIT Indonesia, 2002), hlm. 30.

- e. Melakukan pencatatan terhadap jual beli barang yang pembayarannya secara tidak kontan.
- f. Larangan terhadap Riba dan Gharar
- g. Selalu berperilaku Adil.
- h. Jangan melakukan penipuan terhadap produk yang diperjualbelikan.
- i. Jangan sampai motivasi untuk mencari keuntungan menghalangi sifat untuk berbuat baik kepada orang, atau sampai melakukan dzalim. <sup>16</sup>

Selain mekanisme ekonomi menurut Syariat Islam yang ada diatas, dalam Islam sendiri juga memiliki larangan yang terdapat dalam alur dari pasar tersebut, yang hal tersebut tentunya sebagai seorang muslim kita tidak boleh melakukan hal tersebut. Dan berikut beberapa larangan yang ada dalam Islam yang berhubungan dengan pasar.

- a. Merekayasa demand (permintaan) dan supply(penawaran) terhadap suatu komoditi yang terdapat dalam pasar tersebut, karena sejatinya mekanisme pasar tersebut juga sebagai penetap harga terhadap suatu produk.
- b. *Ihtikar* atau membuat keuntungan yang tidak wajar dari harga wajar suatu produk, dengan menahan produk tersebut didalam pasar sehingga terdapat kelangkaan terhadap suatu barang serta membuat harga dari produk tersebut bisa naik atau dinaikan.

---

<sup>16</sup> Nikmatul Maskuroh, *Skripsi*: “Peran Pasar Tradisional dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat menurut Perspektif Ekonomi Islam”, (Metro:IAIN Metro, 2019) hlm. 23-24

- c. *Ghaban faa-hisy* atau menjual suatu produk dengan harga yang lebih tinggi dari pada pasar, atau dengan kata lain tanpa memikirkan mekanisme pasar tersebut.
- d. *Ba'i najasy* atau penjual melakukan hal curang dengan menyuruh suatu pihak guna untuk memuji barang dagangannya atau bahkan melakukan penawaran yang tinggi terhadap produknya sehingga mempengaruhi pembeli lain yang sedang melihat produk tersebut.
- e. *Tadlis* atau penipuan. Bisa dilakukan terhadap timbangantimbangan, kualitas produk, terhadap harga , atau bahkan terhadap waktu dimana barang tersebut diserahkan.
- f. *Tallaqi rukban* atau konsumen melakukan pembelian suatu produk saat sebelum produk tersebut masuk kedalam pasar tersebut.<sup>17</sup>

Distorsi pasar diatas sudah jelas merupakan hal yang dibenci/dilarang agama islam dikarenakan membuat rugi suatu pihak pelaku transaksi ekonomi dan merupakan penipuan. Nabi Muhammad SAW sendiri tentunya melarang penyimpangan pasar diatas, dan hal itu dikemukakan di hadist Nabi Muhammad SAW. Sebagai berikut:

هَي النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ النَّجْشِ

---

<sup>17</sup> Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka setia, 2013), hlm. 204-205

Artinya: Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam melarang dari jual beli najasy.” (HR. Bukhari dan Muslim )<sup>18</sup>

## 5. Kajian tentang Pandemi Covid- 19 (Corona Virus Disease)

Covid- 19 merupakan salah satu virus Corona yang terbaru yaitu *Sars-cov-2*. Virus ini sudah menjangkit tercatat pada akhir tahun 2020 lebih dari 60 juta orang di seluruh dunia dan sudah pula merenggut korban jiwa lebih dari 1,4 juta jiwa. Sedangkan di Indonesia sendiri sudah mencapai lebih dari 500 ribu orang yang terindikasi positif Covid- 19. Dengan banyaknya kasus orang yang terjangkit dan dengan banyaknya korban jiwa maka virus Corona ini digolongkan sebagai Pandemic Covid-19. Menurut salah satu Organisasi Kesehatan yang terbesar didunia yaitu World Health Organization (WHO), mengatakan perubahan status *coronavirus disease 19* yang semula nya digolongkan sebagai epidemik dan berubah menjadi pandemik. Dan berikut ini merupakan kriteria apa saja yang membuat suatu penyakit/virus menjadi suatu pandemik, seperti yang dialami sekarang ini adalah Pandemi Covid- 19 dan berikut kriteria nya.

- a. Virus itu dapat memunculkan penyakit terhadap dan menimbulkan banyak korban

Sudah tercatat diatas bahwa Covid 19 sudah menjangkit lebih dari 60 juta orang di seluruh dunia sudah merenggut korban jiwa sekitar lebih dari 1,4 jiwa di dunia tercatat pada bulan November 2020.

---

<sup>18</sup> Fatih Ramdaniah, “ Strategi Pemasar Islami dalam Meningkatkan Ekonomi Pedagang di Pasar Baru Paiton Probolinggo”, *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 06, No. 02, Oktober 2019, hlm. 143

b. Penularan dari manusia ke manusia lain sangat cepat.

Dengan banyaknya yang terjangkit Covid-19 itu menandakan bahwa Covid-19 ini penularannya sangat cepat dari manusia yang mengidapnya. Tercatat pada pada bulan November tahun 2020 diatas, dan sekarang pada bulan Februari telah mencapai 109 juta kasus diseluruh dunia. Dan itu membuktikan bahwa penyebaran Covid- 19 sangat cepat. Dikatakan bahwa Covid-19 ini dapat menular melalui kontak erat antar manusia dan juga menular melalui droplet (percukam batuk dan bersin)

c. Penyebaran virus diseluruh dunia

Dalam penyebarannya hampir seluruh negara didunia terkena Pandemi Covid- 19 ini. Tercatat bahwa diurutkan pertama adalah Amerika Serikat, dengan kasus positif Covid- 19 mencapai lebih dari 13 juta orang. Lalu disusul oleh India dengan kasus positif sebanyak lebih dari 9juta kasus terjangkit Covid- 19.<sup>19</sup>

Covid-19 sendiri merupakan Virus Corona jenis terbaru yaitu Sars-Cov 2 yang sangat berbahaya, dimana peneidapnya akan merasakan gejala-gejala yang berbeda dan berikut ini merupakan fase dari gejala yang dialami oleh pengidap Covid- 19.

a. Gejala-gejala yang paling umum dialami:

1) Demam, biasanya suhu tubuh melebihi 38derajat Celcius.

---

<sup>19</sup> Masrul dkk, *Covid-19: Persoalan dan Refleksi di Indonesia*, (Surabaya:Yayasan Kita Menulis, 2020) hlm. 2-8

- 2) Batuk kering ataupun batuk yang tidak di iringi dengan dahak, seperti pada batuk biasa.
  - 3) Kelelahan ataupun nyeri-nyeri sendi secara langsung padahal tidak melakukan aktivitas apapun.
- b. Gejala-gejala yang tidak menyerang seluruh pengidap Covid-19 atau hanya beberapa dari list berikut:
- 1) Sakit dibagian tenggorokan
  - 2) Konjungtivitis atau gejala pada mata memerah tanpa akibatnya.
  - 3) Diare
  - 4) Nyeri pada kepala secara langsung
  - 5) Anosmia atau hilangnya indera penciuman, dan yang membedakan dengan flu biasa adalah pengidap juga tidak bisa merasakan indera pengecapnya
  - 6) Tedapat ruam ataupun bercak merah-merah yang biasanya ditemukan di telapak kaki maupun berada di telapak tangan.
- c. Gejala serius:
- 1) Gejala kesulitan bernafas atau sesak nafas biasanya terjadi pada pengidap pada fase akhir
  - 2) Sakit pada bagian dada ataupun paru-puru terasa tertekan, karena virus tersebut sudah mencapai bagian pengasapan inti.

- 3) Kehilangan kemampuan bergerak maupun berbicara tanpa sebab langsung, sehingga pada gejala ini pengidap harus dilarikan ke rumah sakit.<sup>20</sup>

Selain gejala diatas, ada juga pengidap Covid-19 tanpa gejala (OTG). Dimana apabila ada orang yang hanya digolongkan sebagai OTG maka orang tersebut dianjurkan untuk melakukan isolasi mandiri, di rumah krang lebih selama 14 hari atau 2 pekan. Dan apabila pengidap mengalami gejala umum maupun gejala bersifat personal atau hanya mengidap beberapa orang (poin a dan b diatas) maka pengidap dapat melakukan karantina di tempat karantina yang sudah disediakan oleh pemerintah ataupun di rumah apabila tempatnya memadai untuk tidak bersinggungan dengan orang lain. Dan apabila pengidap Covid-19 sudah disertai gejala berat (pada poin c) maka pengidap tersebut disarankan untuk dilarikan ke rumah sakit khusus yang menerima pasien Covid-19.<sup>21</sup>

Selain itu dalam penyebarannya Covid- 19 ada dua cara utama bgaimana Covid- 19 tersebut bertransmisi yaitu yang (1) dengan percikan droplet atau cairan liur, dari pengidap Covid- 19 kurang dari radius 5 meter, karena dalam penularannya Covid- 19 ini dianjurkan untuk menjaga jarak atau *phisycal distancing* dan penggunaan masker guna untuk menghindari

---

<sup>20</sup> World Health Organization, "Corona Virus Disease (Covid-19)", diakses dari <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19#:~:text=symptoms>, pada tanggal 15 Februari 2021 pukul 9.10.

<sup>21</sup> Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, "Begini Alur Pelayanan Pasien Covid- 19", diakses dari <https://www.kemkes.go.id/article/view/20101700001/begini-alur-pelayanan-pasien-covid-19.html>, pada tanggal 16 Februari 2021 pukul 9.33

penyebaran Virus Corona jenis terbaru ini. Dan yang (2) adalah penyebaran melalui benda ataupun bagian yang terkontaminasi Covid- 19 yang secara langsung, apabila Covid- 19 ini masih aktif maka dapat berpindah ketangan orang yang memegangnya oleh karena itu kita selalu dituntut untuk mencuci tangan dan selalu menjaga kebersihan agar tidak tertular penyebaran Covid- 19.<sup>22</sup>

Akhirnya setelah menunggu lama dan banyak penelitian dilakukan, vaksin Covid- 19 pun ditemukan. Ada banyak lembaga dari berbagai negara di dunia yang gencar membuat dan menemukan vaksin Covid- 19. Dan pemerintah pun langsung melakukan pembelian serta pendistribusian vaksin tersebut keseluruhan Indonesia sesuai dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 99 tahun 2020 tentang pengadaan vaksin dan pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi *Corona Virus Disease* (COVID- 19) yang berbunyi:

- a. Bahwa *Corona Virus Disease* (COVID- 19) sudah digolongkan sebagai *pandemic* oleh WHO, dan Republik Indonesia sendiri menggolongkannya sebagai bencana nasional.
- b. Dalam rangka penanggulangan Pandemi Covid- 19 , diperlukanya percepatan dan kepastian pengadaan vaksin Covid- 19 sesuai ketersediaan dan kebutuhan yang ditetapkan oleh pemerintah, guna untuk menjaga kesehatan masyarakat.

---

<sup>22</sup> Rinawati Sembiring dan Dewi Ervina Suryani, “ Sosialisasi Penerapan Protokol Kesehatan Di Masa Pandemi Dengan Pembagian Masker Kesehatan Kepada Para Pedagang Dan Pengunjung Pasar Tradisional Pajak Sore Padang Bulan”, *Jurnal Abdimas Mutiara*. Vol. 1. No. 2. September 2020, hlm. 128

- c. Bahwa pengadaan vaksin Covid- 19 memerlukan langkah-langkah yang luar biasa(*extraordinary*) dan pengaturan khusus.
- d. Berdasarkan pertimbangan huruf a, b, dan c, perlu menetapkan Peraturan Presiden tentang pengadaan vaksin dan pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi *Corona Virus Disease* (COVID- 19).<sup>23</sup>

Meskipun menurut paparan dari KPCPEN ( Komite Penanganan Covid- 19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional) Republik Indonesia, vaksin sendiri bukan merupakan obat yang langsung menyembuhkan pasien Covid- 19. Akan tetapi vaksin ini berguna untuk meningkatkan daya tahan tubuh dan mendorong pembentukan kekebalan tubuh terhadap Covid 19 secara spesifik. Dengan begitu pemerintah menargetkan 60% bagi seluruh warga Indonesia yang akan mendapatkan vaksin guna mencapai kekebalan kelompok atau (*herd immunity*). Dalam pendistribusiannya vaksin covid-19 ini sudah didistribusikan keseluruh Indonesia mulai tanggal 14 Januari 2021.<sup>24</sup> Indonesia sendiri mendatangkan 7 jenis vaksin yang akan didistribusikan keseluruhan Indonesia, dan berikut ini daftar vaksin Covid-19 yang akan masuk ke Indonesia.

- a. Vaksin Covid-19 Sinovac (vaksin yang berasal dari negeri Tiongkok China, yang merupakan awal mulai Covid- 19 ini ditemukan) .

---

<sup>23</sup> Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 99 Tahun 2020 tentang Pengadaan Vaksin dan Pelaksanaan Vaksinasi dalam Rangka Penanggulangan Pandemi *Corona Virus Disease* (COVID- 19)

<sup>24</sup> Komite Penanganan Covid- 19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional, “Tanya jawab mengenai Covid- 19, diakses dari <https://www.covid19.go.id/tanya-jawab/>, pada tanggal 17 Februari 2021, pukul 12.24

- b. Vaksin Covid-19 yang diproduksi PT Bio Farma (Produsen vaksin dan antisera yang merupakan BUMN Indonesia) .
- c. Vaksin Covid-19 Oxford-AstraZeneca (sesuai dengan namanya vaksin tersebut berasal dari nama universitas yang sama yang berasal dari Inggris) .
- d. Vaksin Covid-19 China National Pharmaceutical Group Corporation (Sinopharm) (merupakan vaksin dari Negara Tiongkok China) .
- e. Vaksin Covid-19 Moderna (vaksin dari negara Amerika ini tempatnya ada di Cambridge yang berada negara bagian Amerika yaitu Massachusetts).
- f. Vaksin Covid-19 Novavax ( vaksin yang juga dari negara Adidaya, Amerika yang bertempat di Maryland, Amerika Serikat) .
- g. Vaksin Covid-19 Pfizer-BioNTech ( vaksin dari Negara Amerika yang bertempat di Kota New York yang berkerjasama dengan perusahaan BioNTech yang ada di Negara Jerman).<sup>25</sup>

Dari ketujuh vaksin di atas menunjukkan perbedaan selain dari perusahaan yang membuat vaksin tersebut. Perbedaannya juga terdapat dari penggunaan seperti rentang umur dan penyakit bawaan yang dimiliki oleh penerima vaksin tersebut. Dan masyarakat Indonesia akan mendapatkan vaksin tersebut secara berkala, dimulai dengan petugas kesehatan sebanyak 1,4 juta, selanjutnya diikuti oleh petugas publik 17,4 juta dan 21,5 (lansia),

---

<sup>25</sup> Khadijah Nur A., "Daftar 7 Vaksin COVID-19 yang Beredar di Indonesia" *Detik Health*, Rabu 06 Januari 2021, diakses dari <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5322926/daftar-7-vaksin-covid-19-yang-beredar-di-indonesia>, pada tanggal 21 Februari 2021, pukul 10.42

berikutnya dilanjutkan kepada masyarakat yang rentan (daerah yang resiko penularan tinggi) sebanyak 63,9 juta dan diakhiri dengan masyarakat lainnya sebesar 77,4 juta jiwa. Meskipun rencana pemerintah dalam pengadaan dan pendistribusian vaksin sudah dicanangkan, namun masih ada banyak sekali berita hoax yang berkebar di luar sana. Oleh karena itu kita sebagai masyarakat yang pintar harus bisa memilih dan memilah mana berita yang merupakan fakta dan mana yang hoax.<sup>26</sup>

## 6. Analisis SWOT

Kata SWOT sendiri berasal dari singkatan bahasa Inggris yaitu Strength, Weakness, Opportunity, Threat yang memiliki arti sebagai berikut yaitu Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman. Menurut Freddy Rangkuti dalam menganalisis SWOT membandingkan dari segi internal dan dari segi eksternalnya.<sup>27</sup> Dan analisis SWOT sebagai berikut:

**Tabel 2.1**

### **Analisis Swot dan Penerapan serta Pembuatan Strategi Baru**

IFAS	<b>Strength (S)</b> Temukan faktor-faktor kekuatan secara internal	<b>Weaknesses (W)</b> Temukan faktor-faktor kelemahan secara internal
EFAS	<b>Strategi S-O</b> Suatu strategi yang dibuat dengan mempertimbangkan faktor internal (kekuatan) dan faktor eksternal (peluang).	<b>Strategi W-O</b> Suatu strategi yang dibuat dengan mempertimbangkan faktor internal (kelemahan) dan
<b>Opportunities (O)</b> Temukan faktor-faktor peluang secara eksternal		

<sup>26</sup> Siti Nadia, "Kebijakan Pelaksanaan Vaksinasi Covid- 19", *Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Kementerian Kesehatan*, Januari 2021, hlm. 14 -26

<sup>27</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2014) hlm. 19

		faktor eksternal (peluang).
<b>Threat (T)</b> Temukan faktor-faktor ancaman secara eksternal	<b>Strategi S-T</b> Suatu strategi yang dibuat dengan mempertimbangkan faktor internal (kekuatan) dan faktor eksternal (ancaman).	<b>Strategi W-T</b> Suatu strategi yang dibuat dengan mempertimbangkan faktor internal (kelemahan) dan faktor eksternal (ancaman).

Sumber: Freddy Rangkuti, (2014:83) <sup>28</sup>

Dalam menganalisis SWOT juga terdapat IFAS yang merupakan singkatan dari *Internal Strategic Faktors Analysis Summary* yang memiliki arti sebagai hal hal yang sangat strategis dari segi internal. Dan pula EFAS singkatan dari *Eksternal Strategic Faktors Analysis Summary* merupakan hal hal strategis yang didukung dari segi eksternalnya. Sehingga dalam matrik tabel berikut bisa menyajikan strategi baru yaitu: Strategi SO, strategi ST, strategi WO, serta strategi WT yang terdapat di tabel matrik tersebut. <sup>29</sup>

## 7. Analisis SWOT pada Pasar Tradisional

Analisis SWOT merupakan salah satu ilmu guna melihat persaingan perusahaan maupun organisasi bersifat profit. Dalam penelitian ini persaingan antar pasar tentunya terdapat kriteria yang harus dimiliki pasar tradisional guna dapat bersaing dengan pasar modern disekitarnya, dan berikut kriterianya:

- a. Nilai bagi pelanggan (*customer perceived value*), merupakan kriteria pertama yang memungkinkan suatu pasar dapat bermanfaat secara

---

<sup>28</sup> Ibid, hlm 83

<sup>29</sup> Ibid, hlm. 83-84

fundamental bagi konsumennya, dimana dalam hal ini pasar tradisional bermanfaat dan memberikan kepuasan pelanggan yang diakibatkan oleh beberapa faktor yang tidak bisa didapatkan di pasar modern.

- b. Diferensiasi bersaing (*competitor differentiation*), adalah suatu hal unik sebagai pembeda (*differentiating*) dari segi daya saing. Dimana dari pasar tradisional memiliki hal unik berupa jenis transaksinya yaitu tawar menawar.
- c. Dapat diperluas (*extendability*). Selain dua kriteria diatas yaitu manfaat bagi pelanggan dan keunikan bersaing. Selain itu pasar tersebut juga harus dapat memperluas atau berinovasi sesuai keinginan konsumen dengan mengikuti peradaban zaman dengan tidak meninggalkan ciri khasnya.<sup>30</sup>

Selain mempertimbangkan kriteria diatas konsep tujuan dasar analisis SWOT adalah perancangan bisnis dengan tujuan guna membuat strategi-strategi jangka panjang sehingga memiliki tujuan yang jelas. Dalam hal ini analisis SWOT digunakan untuk membuat alternatif strategi baru di pasar tradisional dengan melihat faktor internal dan faktor eksternal pasar tradisional di masa Pandemi Covid- 19.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Sebelum lebih lanjut dalam tentang pembahasan eksistensi pasar tradisional dimasa Pandemi Covid-19, peneliti juga mendapatkan beberapa penelitian yang

---

<sup>30</sup> Ibid, hlm 13-14

memiliki relevansi yang sama dengan penelitian ini. Dan berikut penelitian tersebut antara lain, yang pertama dari Nahdliyyul Izza, yaitu seorang mahasiswa dari UIN Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2010, yang berjudul “Pengaruh Pasar Modern terhadap Pedagang Pasar Tradisional”. Menurut penelitiannya mengatakan adanya penurunan tingkat pembeli yang ada di Pasar Tradisional sehingga menurunnya omset penjualan, dikarenakan para konsumennya banyak yang beralih ke pasar modern. Karena pasar modern memiliki banyak fasilitas yang tersedia membuat para pembeli menjadi nyaman, belum lagi dengan pelayanan yang profesional. Dan pedagang yang sangat terdampak dengan adanya pasar modern adalah penjual baju, sepatu, pedagang buah, pedagang ikan, dan pedagang sembako. Namun dilain waktu pasar modern tersebut juga berdampak baik pada pedagang yang ada di pasar tradisional yaitu apabila saat adanya diskon, maka para pedagang di pasar tradisional dapat memanfaatkannya dan menjualnya di lapak mereka.<sup>31</sup> Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh dengan penelitian Nahdliyyul Izza dengan penelitian penulis adalah dalam penelitian penulis dilakukan saat Pandemi Covid- 19 sehingga terdapat juga dampak serta permasalahan yang lebih kompleks, sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah bagaimana terancamnya pasar tradisional terhadap pasar modern yang berdiri di dekat pasar tradisional.

Penelitian lain dari Dedi Ansari Harahap pada tahun 2020 dengan judul “Virus Corona dan Beralihnya Pedagang Tradisional ke Online”, dari jurnal Harian Pelita. Dalam penelitian ini memiliki fokus penelitian bagaimana pemanfaatan teknologi terhadap pelaku pasar dalam menghadapi adanya Pandemi Covid- 19 ini. Menurutnya banyak para pelaku ekonomi khususnya pedagang yang ada di pasar

---

<sup>31</sup> Nahdliyyul Izza, *Skripsi*: “Pengaruh Pasar Modern terhadap Pedagang Pasar Tradisional” (Yogyakarta:UIN Kalijaga Yogyakarta 2010), hlm.50

yang membuka wawasannya dalam meningkatkan perekonomian dimasa digital, karena itu merupakan keharusan di era revolusi Industri 4.0. Menurutnya banyak para pedagang pasar tradisional yang beralih menjual barang dagangannya secara online, dikarenakan menurunnya pendapatan yang mereka dapatkan akibat adanya Pandemi Covid- 19 dan adanya pengaruh dari protokol kesehatan seperti phisycal distancing yang tidak cocok dengan kondisi pasar tradisional. Sehingga mereka memutar otak dengan menjual barang dagangannya melalui media sosial, seperti grub-grub Whatsapp maupun Facebook, atau bahkan menjual melalui e-commerce apabila produk yang mereka jual bersifat tahan lama apabila dikirim dalam sehari-hari. Dengan menjual secara online itu juga dapat mendukung program pemerintah stay at home guna untuk menghindari penyebaran Virus Corona jenis terbaru ini.<sup>32</sup> Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Dedi Ansari dengan penelitian penulis adalah pengaruh dampak Covid-19 terhadap penurunan tingkat pembeli yang ada di pasar tradisional, sedangkan perbedaannya sangat ketara di mana dalam penelitian penulis para penjual di pasar tradisional belum bisa melakukan penerapan sistem jual secara daring karena banyak sekali kendala seperti ribetnya berjualan secara daring atau bahkan tidak bisa mengoperasikan alat guna mendukung proses penjualan secara online serta kurangnya kurir guna pendistribusian produk tersebut, meskipun Pemerintah Kabupaten Tulungagung sudah mensosialisasikan penjualan pasar secara daring tersebut.

Selanjutnya penelitian oleh seorang mahasiswa IAIN Purwokerto yaitu Rini Sulistyani pada tahun 2019 dengan judul “Eksistensi Pasar Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam”.Inti dari penelitian ini, menurutnya bahwa eksistensi pasar

---

<sup>32</sup> Dedi Ansari Harahap, “Virus Corona dan Beralihnya Pedagang Tradisional ke Online”, *Harian Pelita*, pada tanggal 12 Mei 2020, hlm. 1-2

tradisional masih bisa bertahan, karena pasar tradisional memiliki banyak indikator yang mendukung eksistensinya seperti karakteristik pasar tradisional, persepsi konsumen, persepsi pedagang, preferensi konsumen dan pedagang. Selain itu dalam pasar tradisional tersebut ini terdapat di Pasar Wage Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes, masih memiliki banyak komoditas yang tidak terdapat dalam pasar modern yang tentunya harganya masih terjangkau seluruh kalangan baik kalangan atas maupun bawah. Selain itu Pasar Wage tersebut juga masih terdapat nilai-nilai yang diterapkan dalam Ekonomi Islam yaitu *tallaqi al-rukban* (penyeleksian barang atau produk yang akan masuk ke dalam Pasar tradisional tersebut ) dan juga nilai lainnya yaitu *ghaban faahisy* atau kenaikan harga barang karena ketidaknyamanannya pembelian atas produk yang diperjualbelikan.<sup>33</sup> Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Rini Sulistiani dengan penelitian penulis adalah bagaimana keberadaan pasar tradisional tersebut, dan perbedaannya terdapat dari fokus penelitian dimana dalam penelitian yang dilakukan oleh Rini Sulistiani ini bagaimana penerapan Ekonomi Islam secara mendetail di Pasar Wage tersebut, sedangkan penelitian penulis lebih ke dampak dari Covid- 19 terhadap pasar tradisional.

Berikutnya penelitian dilakukan oleh Endi Suwarko pada tahun 2000 dengan judul “ Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang” Jurnal Moderenisasi. Dia mengatakan dengan pernyataan diatas bahwa adanya pasar modern tidak berdampak secara signifikan terhadap omset dan pengurangan pekerja para penjual di pasar tradisional hanya sedikit penurunan keuntungan, karena menurutnya penjual di pasar tradisional menurunkan margin keuntungan sehingga harga dari pasar tradisional tersebut lebih

---

<sup>33</sup> Rini Sulistyani, *Skripsi*: “Eksistensi Pasar Tradisional Perspektif Ekonomi Islam ”, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, tahun 2019), hlm. 79-87

murah guna untuk menangani persaingan harga. Menurut pasar tradisional tersebut masih dikerumuni oleh para penjual grosir yang menjual produknya kembali dan hal tersebut tidak bisa didapatkan apabila kita berbelanja di pasar modern. Dan terlebih lagi pasar tradisional menggunakan jenis transaksi tawar menawar sehingga mencapai maximum satisfied (kepuasan maksimal) terhadap konsumen di pasar tradisional. Selain itu menurut penelitian ini meskipun pasar modern memiliki tingkat kenyamanan yang lebih dibandingkan pasar tradisional namun hal tersebut tidak sepenuhnya mempengaruhi tingkat keuntungan di pasar tersebut. Dan menurut penelitian ini hal yang dapat langsung meningkatkan keuntungan adalah lokasi pasar (tempat strategis maupun dekat dengan perkampungan masyarakat) dan diversifikasi produk yang diperjualbelikan.<sup>34</sup> Persamaan penelitian yang dibuat oleh Endi Suwarko dengan penelitian penulis adalah sama-sama cara mengetahui tingkat keberadaan pasar tradisional dengan adanya pasar modern, namun perbedaannya terdapat dari jenis penelitian yang dilakukan apabila penelitian yang dilakukan oleh Endi Suwarko ini bersifat kuantitatif sedangkan penelitian penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif.

Dan yang terakhir penelitian dari Robert Sinaga dan Melfrianti Romauli P. pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Pandemi Virus Corona (Covid-19) terhadap Pendapatan Pedagang Sayur dan Buah di Pasar Tradisiona” penelitian ini berfokus terhadap faktor-faktor apa saja pengaruh Pandemi Covid- 19 terhadap pelaku pasar tradisional khususnya pedagang sayur dan buah. Mereka mengatakan bahwa dengan adanya Pandemi Covid 19 berpengaruh terhadap para pedagang buah dan sayur di pasar tradisional dari segala segi. Mulai dari jam bekerja yang semakin sedikit, modal

---

<sup>34</sup> Endi Suwarko, ” Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang”, *Jurnal Modernisasi*. Vol. 4. No. 2. Juni 2008, hlm. 98

yang didapat menurun akibat adanya Pandemi Covid- 19 dan tentunya juga berpengaruh terhadap pendapatan, menurut mereka bahwa penurunan pendapatan yang dialami oleh penjual sayur dan buah di pasar tradisional mencapai 50% dibanding sebelum adanya Pandemi Covid- 19 ini. Meskipun penurunan pendapatan terjadi para penjual tersebut tetap bertahan gunanya untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan oleh sebab itu menurutnya bahwa faktor pendukung terbesar pedagang tersebut adalah kesadaran diri guna untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.<sup>35</sup> Perbedaan mendasari dimana penelitian ini dilakukan secara kuantitatif sedangkan penelitian penulis dibuat secara kualitatif dan persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Robert Sinaga dan Melfrianti Romauli P. dengan penelitian penulis adalah dampak Pandemi Covid- 19 terhadap pelaku di pasar tradisional sedang

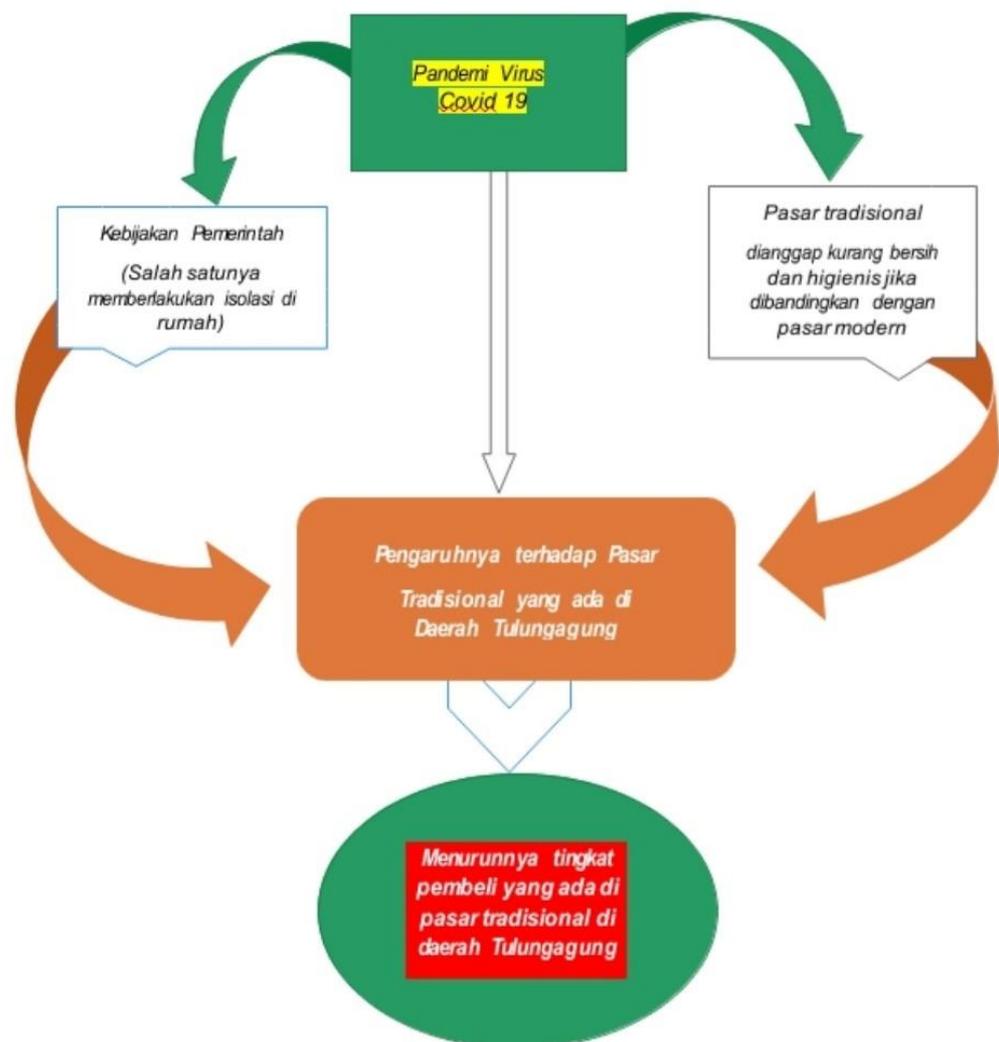
### **C. Kerangka Konseptual**

#### **Gambar 2.1**

#### **Kerangka Konseptual tentang Pasar Tradisional dalam Pusaran Pandemi Covid- 19**

---

<sup>35</sup> Robert Sinaga dan Melfrianti Romauli Purba, "Pengaruh Pandemi Virus Corona (Covid-19) terhadap pendapatan pedagang sayur dan buah di pasar tradisional", *Regionomic*. Vol.2. No. 02 Oktober 2020, hlm. 43-47



Dari kerangka konseptual menunjukkan bagaimana Pandemi Covid-19 terhadap omset di pasar tradisional. Yang pertama menunjukkan apakah dengan adanya Pandemi Covid-19 berpengaruh menurunnya tingkat pembeli yang ada di pasar tradisional. Belum lagi dengan adanya kebijakan protokol kesehatan dan kebijakan pemerintah salah satunya untuk melakukan isolasi di rumah sehingga menurunnya para pembeli di pasar tradisional. Dan belum lagi dengan salah satu protokol kesehatan yaitu Social distancing di mana pasar tradisional

kurang cocok dengan protokol tersebut karena pasar tradisional cenderung berkerumun di keramaian sehingga membuat orang was-was akan penyebaran Covid 19.

Dan apakah masyarakat di masa Pandemi Covid 19 akan beralih ke pasar modern yang dianggap memenuhi protokol kesehatan, dan dianggap lebih bersih dan higienis dibandingkan pasar tradisional serta belum lagi banyaknya fasilitas dalam mendukung protokol pengurangan penyebaran virus covid 19. Dan itu merupakan ancaman bagi pasar tradisional yang akan menurunkan tingkat konsumen yang ada di pasar tradisional di Tulungagung khususnya pasar rakyat Kliwon Kauman.