

**PERILAKU PEDAGANG DALAM MEMPERTAHANKAN USAHA DIMASA PANDEMI
COVID-19 (STUDI KASUS WARUNG KELONTONG DI DESA SUNGAI PINANG
KECAMATAN HULU KUANTAN KABUPATEN KUANTAN SINGINGI)**

Oleh: Wella Cahyati/1801124375

E-mail: wella.cahyati4375@student.unri.ac.id

Dosen Pembimbing: Jonyanis

Email: jonyanis@lecturer.unri.ac.id

Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di desa Sungai Pinang Kecamatan Hulu Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi dengan tujuan untuk mengetahui perilaku pedagang dalam mempertahankan usaha dan strategi berdagang dalam usaha pedagang warung kelontong di Desa Sungai Pinang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan mengambil 4 informan. Teori yang digunakan yaitu teori tindakan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskriptifkan strategi berdagang dan perilaku pedagang warung kelontong di Desa Sungai Pinang Kecamatan Hulu Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi. Yang mana pedagang warung kelontong memperbaiki kualitas produk, perbaiki kualitas layanan, memanfaatkan anggota keluarga, mengurangi persediaan barang, menambah menu baru. Selain itu, mereka juga melakukan promosi dari mulut ke mulut, dan menjalin hubungan baik dengan pembeli/pelanggan. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi (pengamatan), wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian mengenai strategi berdagang dalam usaha pedagang warung kelontong ada 3 strategi yaitu strategi aktif, strategi pasif, dan strategi jaringan. Di antara 3 strategi tersebut yang paling dominan dipakai oleh pedagang warung kelontong ini adalah strategi aktif. Dengan memperbaiki kualitas barang, memperbaiki kualitas layanan dan mencari penghasilan tambahan atau pekerjaan sampingan.

Kata Kunci: Pedagang Warung Kelontong, Strategi Bertahan Hidup, Tindakan Sosial

THE BEHAVIOR OF TRADERS IN MAINTAINING BUSINESS DURING THE COVID-19 PANDEMIC (A CASE STUDY OF A GROCERY SHOP IN SUNGAI PINANG VILLAGE, HULU KUANTAN DISTRICT, KUANTAN SINGINGI REGENCY)

Oleh: Wella Cahyati/1801124375
E-mail : wella.cahyati4375@student.unri.ac.id

Dosen Pembimbing : Jonyanis
Email: jonyanis@lecturer.unri.ac.id
Department of Sociology
Faculty of Social and Political Sciences

Universitas Riau
Bina Widya Campus, Jalan H.R Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru
28293 Tel / fax.0761-63277

ABSTRACT

This research was conducted in Sungai Pinang Village, Hulu Kuantan District, Kuantan Singingi Regency with the aim of knowing the behavior of traders in maintaining business and trading strategies in the business of grocery stall traders in Sungai Pinang Village. This research uses descriptive qualitative research method by taking 4 informants. The theory used is the theory of social action. This study aims to describe the trading strategies and behavior of grocery shop traders in Sungai Pinang Village, Hulu Kuantan District, Kuantan Singingi Regency. The grocery shop traders improve product quality, improve service quality, take advantage of family members, reduce inventory, add new menus. In addition, they also carry out word of mouth promotions, and establish good relationships with buyers/customers. This study uses data collection techniques using observation techniques (observations), interviews, and documentation. The results of the research on trading strategies in the business of grocery shop traders have 3 strategies, namely active strategies, passive strategies, and network strategies. Among these 3 strategies, the most dominant one used by this grocery store trader is the active strategy. By improving the quality of goods, improving the quality of services and seeking additional income or side jobs.

Keywords: Grocery Shop Trader, Survival Strategy, Social Action

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Merebaknya kasus covid-19 khususnya di Indonesia mempengaruhi kehidupan banyak orang, salah satunya pada segi ekonomi. Jumlah kasus penderita terdampak covid-19 yang saat ini terus bertambah sehingga membuat sejumlah usaha pedagang kecil ikut terhambat. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor perdagangan saat ini dihadapkan pada masalah penurunan penjualan, kesulitan dalam memperoleh bahan baku, produksi dan distribusi yang terhambat, kesulitan modal, kurangnya pengetahuan teknologi informasi dan kendala jaringan bisnis (Fitriyani et al., 2020).

Sejumlah besar pedagang kelontong ini tidak lagi memiliki modal usahanya akibat dampak tak langsung dari pembatasan berskala besar dan stay at home membuat usaha warung kelontong terpuruk karena tidak dapat melakukan usaha dan modal habis terpakai untuk keperluan sehari-hari. Dengan demikian tentunya sangat berpengaruh pada perilaku usaha warung kelontong tersebut.

Pandemi yang sedang berlangsung, telah membuat tatanan kehidupan kita berubah sangat signifikan. Banyak yang kehilangan pekerjaan, sehingga harus jeli melihat peluang yang ada, agar tetap bisa survive (Nofriansyah, Et Al., 2020, p. 23). Saat pandemi covid-19 ini banyak usaha pedagang yang mengalami krisis ekonomi salah satunya usaha pedagang warung kelontong. Dimana usahanya mengalami penurunan semenjak adanya pandemi covid-19, oleh karena itu usaha pedagang warung kelontong harus bisa mencari cara atau strategi untuk tetap mempertahankan usaha warung kelontongnya, supaya tidak terjadinya bangkrut.

Disini barang-barang yang diperjual belikan para pedagang ini yaitu: jualan kebutuhan sehari-hari, seperti minyak

goreng, tepung terigu, mie instan, telur, sabun, alat tulis, kerupuk, gorengan dan lain sebagainya. Namun ada 1 pedagang yang hanya menjual makanan cepat saji, seperti pop ice, boba, sosis, naget, burger, dan lain sebagainya. Situasi saat ini membuat roda perekonomian melambat, penghasilan usaha warung kelontong mulai lesu dan omset penjualan juga menurun. Walaupun pemerintah telah menyediakan bantuan dengan maksud untuk membantu pedagang warung kelontong dalam menghadapi kondisi ekonomi yang menurun dan mempertahankan pelanggan untuk tetap membeli, khususnya terhadap pedagang kecil. Namun sebagai pelaku usaha warung kelontong tentu harus menyiapkan strategi, yaitu strategi apa yang bisa dilakukan agar tetap bisa bertahan hidup dan mempertahankan pendapatan usahanya dalam menghadapi situasi seperti ini.

Omset berarti jumlah, sedangkan penjualan berarti kegiatan menjual barang yang bertujuan mencari laba/pendapatan. Jadi dapat disimpulkan bahwa omset penjualan adalah jumlah pendapatan berdagang per harinya yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh pada saat berdagang.

Namun selama dimasa pandemi covid-19 ini penghasilan yang biasa di dapatkan lebih sedikit dibandingkan sebelum terjadinya pandemi covid-19 ini. Ini menjadikan penulis bisa menghubungkan dari pengertian tindakan sosial dari seorang ahli sosiologi yaitu Alenjandro Portes dalam buku sosiologi ekonomi yaitu tentang kemampuan seseorang untuk mengatur sumber langka berdasarkan dalam suatu jaringan atau struktur sosial yang lebih luas. Sumber langka tersebut bisa dimaknai dengan sesuatu yang bersifat nyata secara ekonomi seperti potongan harga dan hutang bebas bunga atau tidak hanya nyata seperti informasi mengenai kondisi bisnis (Damsar, 2009:210).

Pedagang adalah orang institusi yang memperjual belikan produk atau barang kepada konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung (Damsar dalam (Lestari, 2017). Kelontong menurut KBBI yaitu barang-barang dagangan untuk keperluan sehari-hari seperti sabun, sikat gigi, gelas, cangkir, mangkok (Departemen Pendidikan, 2005: 535) dalam (Lestari, 2017). Warung kelontong atau yang biasa disebut dengan warung penyedia barang kebutuhan sehari-hari merupakan pedagang kecil yang pemiliknya dimiliki oleh pribadi itu sendiri yang melayani pembeli secara langsung, dan pemiliknya sekaligus menjadi sebagai kasirnya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, penulis tertarik untuk membahas fenomena **“Perilaku Pedagang Dalam Mempertahankan Usaha Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Warung Kelontong Di Desa Sungai Pinang Kec. Hulu Kuantan Kab. Kuantan Singingi).**

1.2 Rumusan Masalah

Topik yang dibahas pada skripsi ini perlu diberikan rumusan masalah agar lebih memudahkan dan tidak terjadi kesalah pahaman dalam menjawab permasalahan. Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis berikan ada beberapa rumusan sebagai pertanyaan dalam proposal ini. Berikut rumusan masalahnya.

1. Bagaimana perilaku pedagang dalam mempertahankan usaha warung kelontong dimasa pandemi covid-19?
2. Bagaimana strategi berdagang dalam mempertahankan usaha warung kelontong dimasa pandemi covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mendeskripsikan perilaku pedagang dalam mempertahankan usaha warung kelontong dimasa pandemi covid-19.
2. Untuk mengetahui strategi yang dominan dilakukan oleh pedagang warung kelontong untuk mempertahankan usahanya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah untuk:

a. Manfaat Teoritis

Menambah ilmu pengetahuan dan kajian ilmu sosiologi ekonomi guna pengembangan ilmu dan teori tindakan sosial pada sebuah usaha pedagang warung kelontong, serta menjadi referensi bagi peneliti lain untuk mengkaji tindakan sosial pada usaha pedagang warung kelontong.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi penulis

Untuk menambah wawasan dan juga mengetahui tindakan sosial pada usaha pedagang warung kelontong di Desa Sungai Pinang Kecamatan Hulu Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi.

2. Bagi pedagang warung kelontong

Penelitian ini bisa menjadi sumber informasi bagi usaha pedagang warung kelontong, bahwa tindakan sosial dan strategi dalam usaha yang mereka miliki dapat dipertahankan dalam jangka waktu yang panjang.

3. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan informasi bagi masyarakat di Desa Sungai Pinang, bahwa tindakan sosial dapat mempermudah dalam menjalankan usaha dan mempertahankan usaha.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Defenisi Tindakan Sosial

Max Weber dalam (Anisa, 2017) tindakan sosial suatu tindakan yang memiliki maknanya itu ketika individu yang berinteraksi dengan individu lain bisa mempengaruhi perilaku individu lainnya. Tindakan sosial merupakan perubahan dari pribadi manusia karena pengaruh manusia yang lain. Karena pada dasarnya interaksi sosial ini muncul dengan landasan untuk memenuhi kehidupan hidup manusia.

Oleh karena itu maka konsep teori tindakan sosial ini lebih mencakup ada suatu tindakan yang memiliki motif tertentu serta mencapai tujuan yang hendak di capai. Maka dapat disimpulkan tindakan sosial itu merupakan suatu tindakan seseorang yang memiliki arti atau makna (meaning) subjektif bagi dirinya dan dikaitkan dengan orang lain.

Max Weber membedakan tindakan sosial dalam sosiologinya ke dalam empat tipe (Weber dalam Turner, 2000) dalam (Anisa, 2017) yaitu:

1. Tindakan rasionalitas instrumental (zwerk rational)

Tindakan ini merupakan suatu tindakan sosial yang dilakukan seseorang yang berdasarkan atas pertimbangan dan pilihan sadar pada suatu pencapaian tujuan untuk dirinya sendiri. Tindakan ini ditujukan pada pencapaian tujuan-tujuan yang secara rasional diperhitungkan dan diupayakan sendiri oleh aktor yang bersangkutan.

2. Tindakan rasional nilai (werk rational)

Tindakan rasional nilai ini merupakan sifat rasionalitas yang berorientasi nilai yang penting adalah bahwa alat-alat hanya merupakan obyek pertimbangan dan perhitungan yang sadar, tujuan-tujuannya sudah ada dalam hubungannya dengan nilai-nilai individu yang bersifat absolut atau merupakan nilai akhir baginya.

3. Tindakan afektif/tindakan yang dipengaruhi emosi (affectual action)

Tindakan afektif sifatnya spontan, tidak rasional, dan merupakan akspresi emosional dari individu. Tipe tindakan ini seperti seseorang yang sedang mengalami perasaan yang bergejolak baik itu dalam cinta, marah, atau happy secara spontan. Menurut Weber dalam (Anisa, 2017) Perilaku yang murni efektif itu menunjukkan pada reaksi yang tidak terkontrol terhadap rangsangan khusus.

4. Tindakan tradisional/tindakan karena kebiasaan (traditional action)

Dalam tindakan jenis ini, seseorang ditentukan oleh kebiasaan-kebiasaan yang sudah mengakar secara turun-menurun. Satu-satunya kebenaran yang perlu adalah bahwa inilah cara yang sudah dilaksanakan oleh nenek moyang kami, dan demikian pula nenek moyang mereka sebelumnya, inilah adalah cara mereka sebelumnya, inilah adalah cara yang sudah begini dan akan selalu begitu terus.

Secara sosiologis perilaku individu sebenarnya dapat digerakkan dan didasarkan pada berbagai hal. Menurut Max Weber dalam (Anisa, 2017) yang sangat dikenal dengan teori tindakan (action theory) bahwa perilaku individu sangat di pengaruhi oleh pengalaman dan penafsirannya atau suatu obyek stimulus dan situasi tertentu. Menurut Max Weber dalam (Anisa, 2017) Tindakan individu merupakan tindakan sosial yang rasional dan dalam mencapai tujuan dan sasaran memanfaatkan sarana yang dinilai paling tepat. Tindakan sosial merupakan perubahan dari pribadi manusia karena pengaruh manusia yang lain. Karena pada dasarnya interaksi sosial ini muncul dengan landasan untuk memenuhi kehidupan hidup manusia.

2.2 Perilaku Pedagang

Menurut Purwanto yang dikutip oleh Zakiyah dan Bintang Wirawan (Rahmadani, 2017) Perilaku adalah segala tindakan atau

perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan. Perilaku dipengaruhi oleh sikap. Sikap akan dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia, maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan pikiran dan dan kepercayaan.

Semua perilaku individu, termasuk perilaku ekonomi, harus merujuk pada norma-norma yang tertanam pada lingkungan sekitar (Damsar, 2002:41).

Manusia merupakan makhluk yang begitu terikat pada moral-moral yang berlaku dalam masyarakat dalam masyarakat, termasuk moral ekonomi. Demikian halnya dengan perilaku pembeli, perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tapi juga dipengaruhi oleh sistem nilai yang diyakini. Jadi dapat di simpulkan perilaku pedagang ialah reaksi atau respon pedagang terhadap situasi yang ada di lingkungan sekitar.

2.3 Strategi Mempertahankan Usaha di Tengah Pandemi Covid-19

Strategi merupakan suatu cara dalam merencanakan sebuah ide atau gagasan dalam jangka waktu tertentu. Menurut David (2011: 18-19) dalam (Ii & Teori, 2018) Strategi adalah suatu proses usaha dengan tujuan yang hendak dicapai. Dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu proses yang dilakukan oleh masyarakat atau penduudk dalam kehidupannya untuk meningkatkan taraf hidup dan meningkatkan perekonomian dalam aktivitas pedagang warung kelontong.

Strategi berdagang terbagi menjadi tiga kategori, yaitu:

1. Strategi Aktif

Strategi aktif merupakan strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan segala potensi yang ada. Menurut Suharto (2009: 31) dalam (Afidah, 2021) strategi aktif

merupakan strategi yang dilakukan dengan cara mengoptimalkan segala potensi yang ada. Strategi aktif yang dilakukan oleh pedagang warung kelontong yaitu dengan memanfaatkan anggota keluarga, memperbaiki kualitas layanan, dan menambah menu baru.

2. Strategi Pasif

Strategi pasif merupakan strategi berdagang yang dilakukan dengan meminimalisir keuangan keluarga. Sebagaimana pendapatan Suharto (2009: 31) dalam (Afidah, 2021) yang menyatakan bahwa strategi pasif adalah strategi berdagang dengan mengurangi pengeluaran keluarga. Strategi pasif yang biasa diterapkan oleh pedagang warung kelontong adalah dengan membiasakan hidup hemat, dengan mengurangi persediaan dagangan terutama pedagang yang menjual barang yang cepat basi seperti jajanan basah, tempe, tahu, sayur, dan lain-lain.

Sikap hemat ini merupakan budaya yang telah dilakukan oleh masyarakat desa terutama masyarakat desa yang tergolong dalam pedagang kecil.

Strategi pasif dapat dikatakan dimana suatu individu maupun kelompok berusaha mengurangi pengeluaran rumah tangga, dengan begitu dapat menghindari dari besarnya pengeluaran dan untuk bertahan hidup. Pekerjaan bisa dilakukan oleh pedagang juga, seperti halnya pedagang warung kelontong yang umumnya pendapatan yang sangat rendah dari berjualan kebutuhan sehari-hari yang pendapatannya tidak menentu dan barang laku pun tidak menentu. Seharusnya mereka lebih mendahulukan apa yang pokok dan mereka butuhkan yang mereka inginkan.

Namun kebanyakan pedagang warung kelontong melakukan strategi pasif dalam mempertahankan eksistensinya dalam berdagang dengan ikut arisan atau jula-jula, meminjam uang ke rentenir, meminjam uang ke bank, menabung dirumah dan di bank,

bahkan ada yang melakukan kreditan alat rumah tangga agar tetap bisa menabung.

3. Strategi Jaringan

Strategi jaringan adalah strategi berdagang dengan cara memanfaatkan media sosial. Menurut Suharto (2009: 31) dalam (Afidah, 2021) Strategi jaringan merupakan strategi berdagang yang dilakukan dengan cara berkomunikasi terhadap lingkungan sekitar maupun secara online. (Mulawarman, et al., 2020, pp. 32-33) dalam (Afidah, 2021) Strategi jaringan yang dilakukan pedagang warung kelontong yakni dengan berhubungan baik dengan pembeli, meminta bantuan jika berupa modal kepada pihak bank, selain itu jaringan terhadap pemasok tidak mempengaruhi harga, namun ada kalanya mempermudah metode pembayaran kepada pedagang yang sudah berlangganan. Ada pula yang menitipkan barangan dagangan di warung tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini ialah menggunakan metode kualitatif. Pendekatan yang penulis gunakan merupakan pendekatan secara deskriptif, untuk itu penulis memberikan pemaparan atau menjelaskan bagaimana tipe tindakan sosial yang menonjol dan bagaimana strategi dalam Usaha Pedagang Warung Kelontong di Desa Sungai Pinang Kecamatan Hulu Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi. Hasil dari penelitian ini akan penulis analisis dengan cara menganalisisnya dengan menggunakan teori-teori yang telah dipaparkan sebelumnya sehingga akan diperoleh suatu kesimpulan dan permasalahan atau fenomena ini.

Lokasi penelitian digunakan untuk memaparkan terkait fenomena sosial yang ada. Penelitian ini dilakukan di Desa Sungai Pinang Kecamatan Hulu Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi. Subjek penelitian menggunakan teknik purposive sampling.

Teknik ini mampu menemukan gambaran tentang fakta di lapangan dengan nilai akurasi yang dapat dipertanggung jawabkan. Selain ini penarikan kesimpulan sampel yang dipilih melalui pertimbangan-pertimbangan tertentu atau memilih informan menurut kriteria tertentu yang dianggap paling tahu tentang informasi yang dibutuhkan dalam penelitian, sehingga dapat memudahkan peneliti dalam mendapatkan informasi dan mengetahui situasi yang diteliti.

Beberapa kriteria subjek penelitian yang akan digunakan sebagai sumber sebagai berikut:

1. Pedagang warung kelontong yang berjualan dipinggir jalan raya.
2. Pedagang warung kelontong yang sudah berdagang minimal 3 tahun.

Berdasarkan kriteria di atas, maka subjek yang diperoleh dalam penelitian ini sebanyak 4 orang subjek. Pada penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi sumber data. Dimana penulis melihat kebenaran informasi yang disampaikan oleh informan. Serta membandingkan informasi dengan observasi dokumen tertulis, arsip, gambar, maupun foto.

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara secara mendalam (*depth interview*), dan dokumentasi. Dilengkapi dengan tiga teknik analisis data seperti reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/ verifikasi.

HASIL PENELITIAN

5.1 Profil Informan

Tabel 5.1

Rekap Data Informan

No	Nama	Umur	Pendidikan
1.	Wilda	25	S1
2.	M. Hasbi	54	SMK
3.	Elpizon	43	SMA
4.	Rubiati	53	SMP

(Sumber: Data Lapangan, 2022)

5.2 Analisis Tindakan Sosial

Dari hasil penelitian berdasarkan yang telah dilakukan, peneliti menganalisis strategi berdagang yang dilakukan oleh pedagang warung kelontong di Desa Sungai Pinang Kecamatan Hulu Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi, dengan menggunakan teori tindakan Max Weber. Teori tindakan ini dibagi menjadi 4 tipe tindakan, yaitu: rasionalitas instrumental, rasional nilai, tindakan afektif dan tindakan tradisional.

1. Tindakan Bapak M. Hasbi

Tindakan yang diterapkan oleh bapak M. Hasbi ini juga melakukan tindakan rasional instrumental, yang dimana Beliau juga melakukan hal tersebut dengan banyak perhitungan seperti tidak belanja dengan jumlah banyak. Dan beliau memanfaatkan anggota keluarganya dalam membantu berdagang, dengan begitu beliau tidak perlu mengeluarkan uang untuk membayar gaji karyawan.

2. Tindakan Wilda

Dalam hal ini Wilda melakukan tindakan dengan memasarkan produk terbarunya secara online serta memberikan pelayanan ekstra dengan membuka pesanan melalui media online dan pengiriman kerumah pembeli secara gratis. Beliau sudah memperhitungkan bahwa usaha warung kelontongnya tidak bisa hanya mengandalkan banyaknya jumlah produk yang dijual dan harga murah saja, beliau memikirkan cara dan taktik yang lebih bagus untuk mencuri perhatian pembeli agar mau membeli di warungnya. Salah satunya dengan memasarkan produk dalam warungnya ke media sosial.

3. Tindakan Bapak Elpizo

Dalam penelitian ini, pedagang warung kelontong yang termasuk dalam tindakan rasionalitas instrumental ini yang pertama adalah warung kelontong bapak Elpizon. Analisis tindakan bapak

Elpizon dalam menjalankan usaha warung kelontongnya termasuk dalam tindakan rasionalitas instrumental. Karena tindakan yang diterapkan oleh beliau berdasarkan ditujukan yang rasional dengan penuh perhitungan, seperti tindakan beliau untuk membeli mobil Mitsubishi yang digunakan beliau untuk menjadi transporansi pendukung bagi warung kelontong miliknya.

Perhitungan yang dimaksud disini adalah bapak Elpizon ini sebelum membeli mobil tersebut, beliau dan istrinya berdiskusi dan memperhitungkan untung dan rugi sampai pengeluaran yang diperlukan jika memutuskan untuk menggunakan transportasi pendukung. Sehingga tindakan bapak Elpizon ini bukan tindakan yang dilakukan atas dasar emosional, melainkan dengan perhitungan dan perencanaan yang matang. Beliau memberikan inovasi pada warung kelontongnya dengan tujuan untuk pendapatan pelanggan yang lebih banyak dan bisa memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen/pelanggan.

Kemudian beliau ini juga melakukan tindakan rasional nilai, yang dimana beliau mendahulukan seseorang yang lebih tua pada saat mengantri, dan menghormati orang yang lebih tua dengan bersikap sopan santun.

4. Tindakan Ibu Rubiati

Ada salah satu pemilik warung kelontong dari hasil penelitian yang secara tidak sadar melakukan tindakan afektif. Pemilik warung kelontong tersebut adalah ibu Rubiati. Beliau secara tidak sadar sudah melakukan tindakan afektif dengan mengkonsumsi produk yang dijualnya agar tidak mengalami kerugian. Ibu Rubiati melakukan tindakan tersebut karena ada

beberapa produk di warung itu sudah hampir habis masa pakai atau penggunaannya. Sehingga agar produk atau barang tersebut tidak terbuang percuma, ibu Rubiati mengkonsumsi produk tersebut sebelum produk tersebut menjadi barang yang tidak bisa konsumsi lagi.

Disini ibu Rubiati memikirkan bagaimana cara meminimalisir biaya, yang digunakan untuk belanja mengisi stock produk di warungnya dengan biaya yang lebih murah dan juga dapat terjamin keamanannya atau expired produk. Kalau ibu Rubiati juga khawatir pada produk yang sudah lama dijualnya sudah lewat batas pemakaian karena warung kelontongnya mengalami pengurangan jumlah pembeli akibat pandemi covid-19. Meskipun beliau awalnya mengaku stock dengan sepiunya pembeli dikala pandemi covid-19 terjadi, beliau masih mau berusaha dan bangkit memikirkan strategi untuk membuat warung kelontongnya tetap eksis, serta keuangan yang dibutuhkan untuk keluarganya bisa tercukupi.

5.3 Strategi Berdagang

Strategi berdagang yang diterapkan oleh informan dalam mempertahankan dagangannya adalah sebagai berikut:

5.3.1 Strategi Aktif

Strategi aktif merupakan strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan segala potensi yang ada.

Potensi tersebut menjadi ukuran dalam meningkatkan dan mempertahankan perekonomian keluarga. Seperti contohnya strategi aktif yang mereka gunakan adalah mempertahankan kualitas barang, memanfaatkan anggota keluarga, dan menambah menu baru.

5.3.2 Strategi Pasif

Strategi pasif ialah strategi berdagang seseorang atau individu dengan mengurangi

pengeluaran keluarga atau menghemat pengeluaran. Agar bisa bertahan dalam hidup ditengah keterbatasan perekonomian yang melanda kehidupan. Pedagang kelontong di desa tersebut menerapkan strategi pasif ini dengan tujuan agar bisa mengatasi gangguan ekonomi dengan cara berhemat, dan memperkecil pengeluaran kebutuhan rumah tangganya.

5.3.3 Strategi Jaringan

Strategi jaringan adalah strategi yang dilakukan dengan cara menjalin hubungan baik dengan lingkungan sosialnya baik secara formal maupun informal. Strategi yang mereka gunakan itu sama-sama menjalin interaksi dengan baik dengan orang lain dalam kehidupannya. Dan juga menggunakan promosi secara lisan. Namun ada 1 informan yang menggunakan strategi yang sedikit berbeda. Dimana informan ini melakukan promosi di media whatsapp ketika ada menu yang terbaru saja, dan beliau kadang-kadang juga menerima pesanan dari konsumen lewat whatsappnya.

5.4 Perilaku Pedagang Warung Kelontong

Perilaku pedagang merupakan suatu sikap atau tindakan seseorang dalam melakukan perdagangan atau dalam menjalankan jual beli. Setiap pedagang memiliki perilaku yang berbeda-beda dalam melayani pembeli/pelanggan. Terjadi perubahan perilaku selama pandemi covid-19 ini. Yang dimana mereka menerima pesanan lewat media online (delivery), namun ada satu pedagang yang tidak menerima pesanan lewat online akan tetapi pedagang yang satu ini menerima pesanan langsung dari pembelinya. Yang nantinya di antar ke alamat pembeli tersebut.

5.5 Strategi Dominan Yang Digunakan Oleh Pedagang Warung Kelontong Di Desa Sungai Pinang Kec. Hulu Kuantan Kab. Kuantan Singingi

Strategi yang dominan yang dijalankan dalam sebuah usaha pedagang warung kelontong. Strategi yang dominan merupakan strategi aktif. Memanfaatkan anggota keluarga, memperbaiki kualitas layanan, membuat menu baru. Yang dimana mereka memanfaatkan anggota keluarganya untuk membantu berjualan, dan memperbaiki kualitas layanannya, kemudian mereka juga menambah menu jualannya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada pelaku usaha pedagang warung kelontong di Desa Sungai Pinang Kecamatan Hulu Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi, dapat penulis simpulkan bahwa:

1. Tindakan Sosial ini dilakukan dengan perencanaan dan perhitungan yang matang serta dilakukan untuk tujuan yang rasional, dalam hal ini adalah mempertahankan usaha pedagang warung kelontong pada saat pandemi covid-19. Seperti tindakan yang diterapkan oleh bapak Elpizon ini dengan membeli kendaraan yang dapat digunakan untuk menjadi transporansi pendukung bagi warung kelontongnya. Wilda melakukan tindakan dengan memasarkan produk terbarunya secara online serta memberikan pelayanan yang baik. Kemudian ibu Rubiati melakukan tindakan dengan cara menghemat biaya pengeluaran. Dan bapak M. Hasbi yang berdagang dengan memanfaatkan anggota keluarganya.
2. Terjadi perubahan perilaku selama pandemi covid-19 ini. Yang dimana mereka menerima pesanan lewat media online (delivery), namun ada satu pedagang yang tidak menerima

pesanan lewat online akan tetapi pedagang yang satu ini menerima pesanan langsung dari pembelinya. Yang nantinya di antar ke alamat pembeli tersebut.

3. Strategi aktif yang dilakukan oleh pedagang warung kelontong di desa Sungai Pinang Kecamatan Hulu Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi untuk meningkatkan dan mempertahankan pendapatan perekonomian keluarga. Selain itu didalam berdagang tentu mereka memiliki strateginya masing-masing dalam berjualan, strategi aktif tersebut yaitu: Memanfaatkan anggota keluarga, memperbaiki kualitas layanan, dan membuat menu baru.
4. Strategi pasif yang digunakan oleh pedagang warung kelontong di Desa Sungai Pinang Kecamatan Hulu Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi dengan cara berhemat dan memperkecil pengeluaran kebutuhan rumah tangganya. Dengan tujuan agar bisa mengatasi gangguan perekonomian yang mereka alami. Strategi pasif tersebut, yaitu: Mengurangi persediaan dagangan, menghemat pengeluaran.
5. Strategi jaringan yang dilakukan oleh pedagang warung kelontong di desa Sungai Pinang Kecamatan Hulu Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi dengan berinteraksi dengan baik terhadap sesama. Strategi jaringan tersebut, yaitu: Menjalin hubungan baik dengan pembeli/pelanggan, promosi dari mulut ke mulut.
6. Strategi yang dominan yang dijalankan dalam sebuah usaha pedagang warung kelontong adalah strategi aktif. Memanfaatkan anggota

keluarga, memperbaiki kualitas layanan dan membuat menu terbaru.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Pedagang warung kelontong haruslah meningkatkan perilaku kewirausahaannya dengan cara memperluas wawasan dengan mencari informasi dari berbagai sumber baik dari buku, televisi, internet atau sumber-sumber lainnya.
- 2) Sebagai upaya untuk menghadapi persaingan antar pedagang yang semakin ketat, maka para pedagang harus lebih unggul dari pedagang lain dalam segala hal. Pedagang haruslah menerapkan strategi persaingan yang tepat agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan dan memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.
- 3) Saran untuk konsumen/pembeli.
Jangan ragu-ragu untuk memberikan saran dan masukan kepada pemilik warung kelontong tersebut. Karena kritik tersebut sangat penting dan berpengaruh untuk kemajuan usaha warung kelontong tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Afidah, A. (2021). *DI MASA PANDEMI*

COVID-19 (Studi Kasus Di Desa Jejeg

Kecamatan Bumijawa Kabupaten

Tegal) SKRIPSI Diajukan Kepada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

JURUSAN EKONOMI SYARI ' AH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

ISLAM. 19.

Anisa, A. T. F. (Universitas A. (2017).

Tindakan Sosial Pedagang Angkringan dalam Penerapan PHBS (Perilaku

Hidup Bersih dan Sehat) di Surabaya.

Beni Dwi Komara (1), H. C. (2020, Oktober Rabu). Jalan Terjal UMKM Dan Pedagang Kecil Bertahan Di Tengah Pandemi Covid-19 Dan Ancaman Krisis Ekonomi Global. *Jurnal Manajemen Bisnis Volume 17, No. 3, Juli 2020, 17, 342-359.*

Coleman, James, S. 1989. *Social Capital in Creation of Human Capital.* University of Chicago Press.

Creswell, John W. (2014). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed.* Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Damsar, D. I. (2009). *Pengantar sosiologi ekonomi.* Jakarta: Prenadamedia Group.

Fathy, R. (2019, Oktober Sabtu). Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas Dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pemikiran Sosiologi Volume 6 No. 1, Januari 2019, 6, 1-17.*

Fukuyama, Francis. 2002. *Trust: Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran.* Terj Rusiani. Jogjakarta: Qalam. _____ . 2005. *Guncangan Besar: Kodrat Manusia dan Tata Sosial Baru.* Penerjemah:

- Masri Maris. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hanna Zulhijahyanti1, . K. (2021, Oktober Rabu). STRATEGI MEMPERTAHANKAN USAHA PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) DI MASA PANDEMI COVID19. *Inovasi Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Vol. 8, No. 1, Juni 2021*, 8, 21-29.
- Hanum, A. N., & Sinarasri, A. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi e commerce dan pengaruhnya terhadap kinerja umkm (studi kasus umkm di wilayah Kota Semarang). *Maksimum*, Vol. 1(No. 1), 1–15.
- Huba. (2020, April 9). STRATEGI BERTAHAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DITENGAH PANDEMI. *Pasundan Ekspres*.
- Hardilawati, W. L. (2020, November Kamis). Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, Vol. 10 No. 1, Juni 2020, 10, 90-98.
- Hariyani, T. (2021, Oktober Selasa). Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Pada PKL Di Lapangan Desa Karangrejo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri). *Ekuvalensi Vol.7 No.1 April 2021*, 7, 148-164.
- <https://www.pasundanekspres.co/opini/strategi-bertahan-usaha-mikrokecil-dan-menengah-umkmditengah-pandemi/>
- Ihza, K. N. (2020, Desember). Dampak Covid-19 Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) (Studi Kasus Umkm Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlagi, Mojokerto). *Jurnal Inovasi Penelitian Vol.1 No.7 Desember 2020*, 1, 1-6.
- Ii, B. A. B., & Teori, L. (2018). *No Title*. 11–26.
- Ika Fitriyani, N. S. (2020). Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal Of Social Sciences Andhumanities*, Vol. 1 No. 2, 2020: 87-95, 1, 1-9.
- Irwan, & Indraddin. (2016). Strategi Dan Perubahan Sosial.Yogyakarta. *Deepublish*.
- Lenti Iswari(1), M. (. (2021, Oktober Jum'at). Pengaruh Covid19 Terhadap Aktivitas Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *JIMESHA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah*, Vol. 1 No. 1, Maret 2021, 1, 13-20.

- Lestari, L. (2017). *KONTRIBUSI PENDAPATAN WARUNG TERHADAP PENDAPATAN TOTAL KELUARGA PEKON TEKAD TANGGAMUS*.
- Lulu Luthfia Rohman¹, R. K. (2021, Oktober Jum'at). Dampak Pandemi COVID-19 Pada Usaha Rumah Tangga Dan Strategi Bertahan. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, Vol 5(1) April 2021, H. 82-90, 5, 82-90.
- Mamik, 2015. Metodologi Kualitatif. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Miranti. (2019). *ANALSIIS DAMPAK KEHADIRAN MINIMARKET TERHADAP OMSET PEDAGANG WARUNG KELONTONG DI JALAN MANURUKI MAKASSAR*.
- Moleong, lexy J. M. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moniaga Brenda Rapunzel, V. A. (2017, Oktober Rabu). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pada Pemilik Warung Sembako Di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 17 No. 02 Tahun 2017*, 17, 24-35.
- Nofriansyah, D. et al., 2020. *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Portes, A. 1998. Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology. *Annual Review of Sociology*.
- Putnam, Robert. 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schurster.
- Rahmadani, D. A. (2017). *Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam SKRIPSI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR TAHUN 2017*.
- Ritzer, G. (2012). *Teori Sosiologi Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sakaria. (2020). *Perilaku pedagang buah-buahan di pasar pekkabata terhadap konsumen*.
- Suci, A. (2019). Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dalam Pengembangan Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

- Ekonomi Islam. Universitas Islam
Negeri Sumatera Utara.
- Sugiato, E. (2015). *Menyusun Proposal
Kualitatif: Skripsi dan Tesis*.
Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian
Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
Bandung: Alfabeta.
- Tanzeh, A. (2011). *Metodologi Penelitian
Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Wolter Widyatama Hutapea, B. O. (2016,
November Jum'at). Modal Sosial
Sebagai Strategi Bertahan Hidup
Buruh Tani Di Desa Kopiwangker
Kecamatan Lawongan Barat,
Minahasa. *Agri-Sosioekonomi
Unsrat*, ISSN 1907– 4298 , Volume
12 Nomor 2A, Juli 2016 : 137 - 156,
12, 137-156.