

**STRATEGI *SURVIVE* PEDAGANG TOKO KELONTONG PADA
MASA PANDEMI COVID19 DI DESA KALIMATI KECAMATAN
TARIK SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memproleh Gelar Sarjana
Ilmu Sosial (S.Sos) dalam Bidang Sosiologi**



Oleh :

BACHTIAR HIJRIYA'SA ADI

NIM. I93218064

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2022**

PERNYATAAN

PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Bachtiar Hijriya'sa Adi

Nim : 193218064

Program Studi : Sosiologi

Judul Skripsi : Strategi *Survive* Pedagang Toko Kelontong pada Masa Pandemi Covid19 di Kecamatan Tarik Sidoarjo

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apapun
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain
- 3) Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Sidoarjo, 26 Januari 2022

Yang Menyatakan



Bachtiar Hijriya'sa Adi

Nim : 193218064

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah memeriksa dan memberikan arahan terhadap proposal skripsi yang ditulis oleh :

Nama : Bachtiar Hijriya'sa Adi

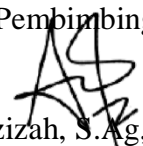
NIM : I93218064

Program Studi : Sosiologi

Yang berjudul "**Strategi *Survive* Pedagang Toko Kelontong pada Masa Pandemi Covid19 di Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo**", saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana ilmu sosial dalam bidang Sosiologi.

Sidoarjo, 21 April 2022

Pembimbing


Siti Azizah, S.Ag, M.Si

NIP : 197703012007102005

PENGESAHAN

Skripsi oleh Bachtiar Hijriya'sa Adi dengan judul **STRATEGI SURVIVE PEDAGANG TOKO KELONTONG PADA MASA PANDEMI COVID19 DI DESA KALIMATI KECAMATAN TARIK SIDOARJO** telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



Hj. Siti Azizah, S.Ag., M.Si
NIP: 197703012007102005

Penguji II



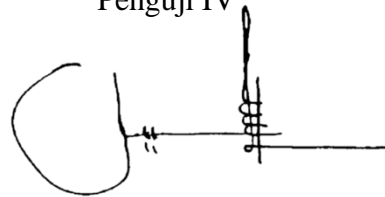
Dr. Warsito, M.Si.
NIP: 195902091991031001

Penguji III



Dr. Isa Anshori, M.Si.
NIP. 196705061993031002

Penguji IV



Muchammad Ismail, S.Sos, MA.
NIP. 198005032009121003

Surabaya, 22 April 2022

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dekan



Prof. Akh. Muzakki, Grad. Dip. SEA, M.Ag, M.Phil, Ph.D.
NIP: 197402091998031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
 E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
 KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Bachtiar Hijriya'sa Adi
 NIM : I93218064
 Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial & Ilmu Politik / SOSIOLOGI
 E-mail address : bachtiaradi3920@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
 yang berjudul :

**STRATEGI *SURVIVE* PEDAGANG TOKO KELONTONG PADA MASA PANDEMI
 COVID19 DI DESA KALIMATI KECAMATAN TARIK SIDOARJO**

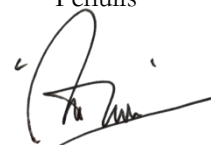
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 22 April 2022

Penulis

()

Bachtiar Hijriya'sa Adi

ABSTRAK

Bachtiar Hijriya'sa Adi, 2022, *Strategi Survive Pedagang Toko Kelontong pada Masa Pandemi Covid19 di Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo*

Kata Kunci : Covid19, Pandemi, Toko Kelontong

Penelitian ini meneliti tentang bagaimana dampak yang ditimbulkan oleh pandemi covid19 bagi pedagang toko kelontong, serta bagaimana usaha toko kelontong tersebut dapat bertahan saat pandemi covid19. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana strategi para pedagang toko kelontong agar dapat mempertahankan usahanya ditengah pandemi covid19 agar tidak tutup usaha. Karena semenjak pandemi, masyarakat dianjurkan untuk tetap dirumah dan selalu menjaga jarak. Sehingga membuat keadaan usaha dagang menjadi sepi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif pendekatan fenomenologi, data diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan subyek penelitian yang sudah ditentukan, yakni pemilik usaha toko kelontong. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori tindakan sosial Max Weber. Teori ini berorientasi pada motif dan tujuan pelaku yakni pemilik usaha toko kelontong. Yang dimana penelitian ini menjadikan teori tindakan Max Weber sebagai analisis penelitian dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha dagang toko kelontong mengalami pasang surut dalam penjualan. Semenjak pandemi, sebagian besar usaha toko kelontong mengalami kerugian yang signifikan seperti menurunnya penghasilan sampai 50%. Pemilik usaha toko kelontong melakukan berbagai tindakan untuk mengatur keuangan dan memenuhi kebutuhan hidup. Tindakan tersebut disebut sebagai strategi survive yaitu dengan berhemat serta bijak dalam menggunakan keuangan, mengandalkan pekerjaan sampingan, memenuhi kebutuhan dengan uang tabungan, atau mendapat bantuan keuangan dari pihak keluarga. Selain itu, untuk mempertahankan usaha toko kelontongnya agar tetap eksis dimasyarakat, pedagang toko kelontong juga melakukan tindakan sebagai strategi berdagang. Strategi tersebut seperti memasarkan produk melalui online, meningkatkan pelayanan, dan memperhitungkan pengeluaran untuk kebutuhan toko kelontong dengan detail. Hal ini dilakukan agar usaha tersebut tidak tutup usaha karena sepi pembeli sejak pandemi covid19.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN PENANGGUNGJAWABAN PENELITIAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Konseptual	7
F. Sistematika Pembahasan	13
 BAB II : KAJIAN TEORITIK	
A. Penelitian Terdahulu	15
B. Kajian Pustaka	22
C. Kerangka Teori	28
 BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	32
B. Jenis dan sumber data	33
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
D. Pemilihan Subyek Penelitian	34

E. Tahap-tahap Penelitian	38
F. Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Teknik Analisis Data	39
H. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	40
BAB IV : STRATEGI <i>SURVIVE</i> PEDAGANG TOKO KELONTONG PADAMASA PANDEMI COVID19 DI DESA KALIMATI KECAMATAN TARIK SIDOARJO DALAM PERSPEKTIF TEORI MAX WEBER	
A. Profil Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo	42
B. Dampak Pandemi Covid19 bagi Pedagang Toko Kelontong di Desa Kalimati	45
C. Strategi <i>Survive</i> yang dilakukan Pedagang Toko Kelontong.....	49
D. Analisis dengan Teori.....	71
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	80
B. Temuan dan Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	86



 UIN SUNAN AMPEL
 S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kantor Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo	42
Gambar 4.2 Wawancara dengan Pak Siswadi (Kaur Pemerintahan Desa Kalimati).....	44
Gambar 4.3 Toko Kelontong milik Bu Ismi di Dusun Pandean.....	54
Gambar 4.4 Toko Kelontong milik Mbak Aprilia di Dusun Balong Gayam	57
Gambar 4.5 Wawancara dengan Bu Endang, Masyarakat Kecamatan Tarik Sidoarjo.....	59
Gambar 4.6 Toko Kelong milik Bu Indah di Dusun Grengseng	62
Gambar 4.7 Wawancara dengan Arifin pemilik Toko Kelontong di Dusun Krajan	65
Gambar 4.8 Wawancara dengan Pak Joko, Masyarakat di Desa Kalimati	66
Gambar 4.9 Toko Kelontong milik Pak Arifin di Dusun Krajan	67
Gambar 4.10 Toko Kelontong milik Pak Samsoleh di Dusun Centong	68
Gambar 4.11 Wawancara dengan Bu Indah pemilik Toko Kelontong di Dusun Grengseng	70



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Informan Pedagang Toko Kelontong	36
Tabel 3.2 Data Informan Masyarakat.....	36
Tabel 4.1 Luas Wilayah.....	43
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3 Jumlah Toko Kelontong Berdasarkan Dusun di Desa Kalimati	44
Tabel 4.4 Data Penghasilan Toko Kelontong di Desa Kalimati.....	47



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pandemi covid 19 yang datang secara tiba-tiba ternyata memberikan dampak pada penurunan ekonomi yang cukup besar, sangat terasa pada perekonomian keluarga. Kondisi ini harus disikapi dengan bijak, langkah penghematan dan memiliki sumber penghasilan lainnya diambil dengan harapan mampu menutupi kebutuhan pokok atau kebutuhan rutin rumah tangga¹. Siapapun tidak bisa memprediksi atau mengetahui secara persis kapan pandemi covid19 berlangsung serta dampak apa saja yang menyertainya. Karena itu setiap pengusaha atau para pelaku harus bisa mempunyai rencana khusus jika ingin usaha yang dijalankan tersebut tetap bertahan. Termasuk diantaranya strategi dari pelaku usaha toko kelontong di Desa Kalimati Kecamatan Sidoarjo agar toko kelontong tetap bisa eksis di tengah pandemi covid19.

Toko kelontong di Desa Kalimati Kecamatan Sidoarjo yang biasanya ramai pembeli, kini dengan munculnya pandemi covid 19 yang menggemparkan seluruh wilayah yang ada di Indonesia khususnya Desa Kalimati Kecamatan Sidoarjo, menyebabkan pengunjung yang biasanya datang untuk belanja mulai berkurang. Hal ini dikarenakan kebijakan dari pemerintah yang menghimbau pada pembatasan sosial dan pencegahan penyebaran covid19.

Toko kelontong biasa disebut sebagai penyedia barang kebutuhan sehari-hari masyarakat, merupakan usaha mikro yang dimiliki oleh pribadi. Pemilik toko kelontong biasanya yang melakukan penjualan barang dan melayani pelanggan

¹ Ega Dini Nur Rochma, Isa Anshori, Ekonomi Buruh Industri Pada Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, Vol 12, No 1 (April, 2021), 26-40,

secara langsung tanpa bantuan karyawan, karena dikelolah sendiri. Sehingga, pemilik toko kelontong juga menjalankan tugas sebagai kasir. Toko kelontong umumnya mudah ditemukan karena berlokasi di sekitar perumahan padat penduduk di kota maupun di pedesaan². Toko kelontong biasanya memiliki pelanggan tetap yakni warga penduduk sekitar tempat toko kelontong tersebut, toko kelontong sendiri target pasarnya yakni penduduk yang bertempat tinggal satu wilayah dengan keberadaan toko kelontong tersebut. Dalam beberapa waktu lalu berbagai Negara di belahan dunia di gegerkan dengan penyebaran sebuah virus yakni *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit mulai ringan hingga berat, seperti *common cold* atau pilek dan penyakit serius seperti *MERS* dan *SARS*. Penyebaran virus ini yang begitu cepat dapat melululantahkan seluruh sistem kehidupan termasuk berdampak bagi usaha kecil seperti toko kelontong.

Virus covid-19 dideteksi masuk ke Indonesia pada awal tahun 2020, yang hingga kini meskipun penyebarannya sudah menurun drastis namun keberadaannya masih harus diwaspadai, Semenjak pandemi covid19, masyarakat diharuskan untuk menjaga jarak (*Physical Distancing*) dan dianjurkan untuk lebih banyak menghabiskan waktu dirumah. Hal ini mengakibatkan adanya berbagai kebijakan baru, juga berbagai kebiasaan baru yang harus diterapkan dalam masa pandemic covid-19. Keberadaan virus covid-19 membatasi ruang gerak masyarakat, dimana masyarakat harus menghindari kontak fisik dengan sesama dengan cara mengurangi aktivitas diluar rumah, hal ini mengharuskan masyarakat membuat dan terbiasa dengan berbagai kebiasaan baru, covid-19 sendiri membawa berbagai dampak bagi masyarakat, Banyak sekali dampak yang

² Ludfi Ika Purwantini, Skripsi: “*Perancangan Strategi Bisnis Toko Kelontong Model Offline to Online*” (Jember: Universitas Jember,2019), hal.1

timbul semenjak pandemi, terutama bagi masyarakat yang memiliki usaha. Baik itu usaha kecil maupun besar. Dampak yang ditimbulkan oleh pandemic covid-19 berdampak pada semua aspek kehidupan baik dalam segi sosial, budaya, agama maupun ekonomi, dampak signifikan yang paling dirasakan masyarakat yakni dampak ekonomi, dimana keberadaan pandemic covid19 membatasi ruang gerak masyarakat dalam melakukan aktifitas ekonomi seperti bekerja. Berdasarkan data dari kementerian koperasi yang diperoleh dari <http://www.depkop.go.id/> menggambarkan bahwasannya 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemic virus corona (COVID-19).

Banyak sekali dampak yang timbul semenjak pandemi, terutama bagi masyarakat yang memiliki usaha. Baik itu usaha kecil maupun besar. Salah satu dampak pandemi yang terasa bagi pengusaha ialah menurunnya penghasilan dan kapasitas produksi³. Hal ini yang mengakibatkan banyaknya pekerja atau karyawan terkena PHK, demi mengurangi pengeluaran dalam suatu usaha. Ditambah dengan sedikitnya karyawan atau pekerja membuat anjuran Physical Distancing dari pemerintah berjalan dengan baik demi mengurangi penularan covid19.

Jika usaha yang besar mendapat dampak yang signifikan mulai dari produksi hingga penghasilan, maka nasib toko-toko kecil yang dikelola pribadi oleh beberapa orang juga mengalami dampak yang juga besar. Toko-toko kecil tersebut biasa disebut sebagai toko kelontong. Produk yang dijual di toko kelontong sebagian besar adalah sama, yakni beberapa alat kebersihan rumah, jajanan, bahan pangan, sampai beberapa alat tulis. Produk yang dipilih sebagian besar adalah yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat disekitar toko. Toko

³ Andi Amri, “*Dampak Covid19 Terhadap UMKM di Indonesia*”, JURNAL BRAND, Volume 2 No. 1, Juni 2020

kelontong memberikan opsi kepada masyarakat didaerah terpencil atau daerah desa untuk membeli barang-barang kebutuhan di toko kecil tersebut. Karena toko supermarket atau bahkan mini market seperti Indomaret & alfamart terletak diwilayah strategis, sehingga jauh dari jangkauan masyarakat yang tinggal didaerah terpencil atau desa. Karena itulah toko kelontong ada, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tanpa perlu jauh-jauh ke minimarket.

Tetapi karena pandemi yang terjadi, membuat masyarakat mulai memperhitungkan tempat mereka berbelanja. Masyarakat tentunya tidak mau sembarangan memilih tempat untuk berbelanja. Tentunya mereka memilih toko yang sudah jelas kualitas dan kebersihan tempatnya. Ditambah dengan adanya minimarket franchise seperti Indomaret, Alfamart, Alfamidi, jarak antara pedagang kelontong dengan minimarket yang berada dalam satu jangkauan pelayanan juga sangat berpengaruh pada preferensi masyarakat dalam menentukan tempat berbelanja. Karenar mini market franchise sudah terjamin kualitas dan lebih terkenal dimata masyarakat.⁴

Sehingga kini usaha toko kelontong semakin terancam keberadaannya. Selain dampak dari pandemi covid19 yang membuat usaha toko kelontong menjadi sepi, mini market modern seperti Indomaret dan alfamart seakan menjajah usaha toko kelontong dengan mengambil konsumen dari masyarakat yang belanja di toko tersebut. Karena itulah pemilik usaha toko kelontong harus melakukan tindakan agar usaha toko yang dijalankannya tetap eksis dimasyarakat dan juga agar kebutuhan dan penghasilan tiap harinya yang didapat dari toko tersebut bisa dimanfaatkan dengan baik.

Peneliti mendapat cerita dari keluarga yang tinggal disurabaya. Beliau

⁴ Vivi Yulanda Ajizah, Surtani, Ahyuni, “*Dampak Keberadaan Minimarket Franchise Terhadap Usaha Pedagang Kelontong*”, JURNAL BUANA, Volume 3 No. 1, 2019

mempunyai warung kelontong disebelah sekolah dasar. Warung tersebut menjual berbagai macam jajanan dan beberapa jenis makanan seperti bakso, mie ayam, pecel, dsb. Biasanya warung tersebut sangatlah ramai karena selain terletak disebelah sekolah, warung kelontong tersebut juga menyediakan banyak aneka makanan. Biasanya warung tersebut hanya tutup disaat sekolah disampingnya juga tutup. Bisa dibilang warung kelontong tersebut hanya buka disaat sekolah aktif, bahkan warung kelontong tersebut dianggap sebagai kantin kedua bagi anak-anak dan para guru yang berada disekolah tersebut.

Tetapi semenjak pandemi, warung kelontong tersebut mulai sepi. Selain karena sekolah tutup karena melanjutkan pembelajaran secara daring, warung kelontong tersebut juga terletak di wilayah perumahan yang cukup luas dan sepi. Karena didepan warung tersebut terdapat sungai yang memotong jalan dengan daerah perumahan lainnya. Akhirnya, karena warung tersebut terus sepi dan jarang ada pembeli. Pemilik warung kelontong tersebut punya inisiatif untuk menjual es sinom dan gorengan keliling. Jadi pemilik warung kelontong tersebut selain membuka toko, juga berjualan es sinom dan gorengan keliling kompleks. Sehingga, pemilik warung kelontong tersebut mendapat pemasukan yang cukup untuk kebutuhan sehari-hari. Uang yang didapat juga ternyata cukup untuk bertahan mempertahankan warung kelontongnya yang sepi tersebut. Hingga pada tahun 2022 saat sekolah kembali aktif, warung kelontong tersebut tetap bisa buka dan kembali ramai seperti biasa. Bisa dikatakan usaha pemilik warung kelontong tersebut juga mencari sumber penghasilan yang lain untuk mendapatkan uang dan juga tetap mempertahankan warung kelontongnya agar tidak tutup usaha sampai pandemi usai dan keadaan kembali normal seperti sedia kala.

Dari latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan

penelitian yang berjudul “**Strategi Bertahan Toko Kelontong ditengah Pandemi Covid19**” untuk menganalisis bagaimana strategi yang dilakukan oleh pengusaha toko kelontong untuk mempertahankan toko yang dikelola dan apa saja dampak pandemi covid19 bagi usaha kecil seperti toko kelontong.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka perumusan masalah dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak pandemi covid19 bagi pedagang toko kelontong di Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo?
2. Bagaimana strategi pedagang toko kelontong agar dapat *survive* pada masa pandemi covid19 di Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo ?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini untuk menggalih dan memahami:

1. Dampak yang ditimbulkan oleh pandemicovid19 bagi usaha kecil toko kelontong.
2. Strategi dan tindakan yang dilakukan oleh pedagang toko kelontong untuk mempertahankan toko kelontongnya dari dampak yang diakibatkan pandemicovid19.

D. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis, hasil penelitian ini bermanfaat untuk mencabar teori tindakan sosial Max Weber yang menyatakan bahwa perilaku setiap individu atau kelompok, masing-masing mempunyai motif dan tujuan yang berbeda terhadap sebuah

tindakan yang dilakukan. Dalam hal ini pelaku usaha toko kelontong memiliki motif dan tujuan yang berbeda-beda dari setiap strategi yang dilakukan. Entah itu dalam hal memasarkan produk, meminimalisir kerugian, sampai memperhitungkan kerja sama dengan pihak kedua. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat pengembangan ide-ide kreatif pada dunia usaha UMKM seperti toko kelontong dengan analisis teori menggunakan teori tindakan Max Weber.

2. Secara Praktis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai dampak pandemi bagi usaha kecil seperti toko kelontong dan dapat memberikan pengetahuan tentang ide-ide kreatif untuk mempertahankan suatu bisnis dan usaha. Serta peneliti dapat mengimplementasikan kajian ilmu teoritis ke dalam praktik yang bersentuhan langsung dengan masyarakat dan peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berguna bagi para mahasiswa terutama untuk menambah wawasan mereka terhadap dampak dari pandemi covid19. Selain itu, penelitian ini juga dapat mengasah kreativitas peneliti terhadap pengembangan penelitian dimasa mendatang.

E. Definisi Konseptual

1. Strategi

Kata strategi dalam bahasa Yunani ialah "*Strategos*", yang merupakan gabungan dari kata *Stratos* yang berarti tentara dan *ego* yang berarti pemimpin. Pada dasarnya strategi bisa dikatakan sebagai alat untuk mencapai tujuan. Strategi ialah tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar. Stephanie K. Marrus (2002:31) mendefinisikan strategi sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya

bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai⁵.

Strategi berkenaan dengan pendekatan mengenai suatu gagasan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut David strategi adalah rencana yang disatukan, luas, dan juga berintegrasi⁶. Strategi merupakan suatu ide gagasan yang didalamnya memuat suatu perencanaan yang matang. Strategi memiliki macam, tingkatan dan tujuannya sendiri. Strategi dapat berupa suatu perencanaan jangka panjang maupun jangka pendek, strategi seringkali berfungsi untuk membantu meningkatkan atau mempertahankan sesuatu, jika berkenaan dengan Umkm strategi memuat mengenai suatu perencanaan mempertahankan dan mengembangkan suatu usaha dengan mempertimbangkan berbagai hal. Dalam militer misalnya strategi merupakan suatu rencana untuk pembagian serta penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tertentu⁷.

Dari penjelasan tersebut dapat peneliti simpulkan bahwasannya strategi merupakan suatu perencanaan yang penuh dengan pertimbangan dan tujuan. Sedangkan menurut Jhon A. Bryne mendefinisikan bahwasannya strategi merupakan sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing juga factor lingkungan⁸.

2. *Survive*

Survive berasal dari bahasa inggris yang artinya “bertahan”. Kata ini berasal dari suku kata “tahan”. Menurut kamus besar bahasa indonesia

⁵ Sesra Budio, “Strategi Manajemen Sekolah”, JURNAL MENATA, Volume 2, No. 2, Juli-Desember 2019

⁶ David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Selemba Empat, 2004) 14.

⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi offset, 2008) 3

⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Jakarta: Ghalia Indonesia 2010) 29

(KBBI), bertahan berasal dari kata “tahan” yang berarti mempertahankan diri. Kata ini termasuk dalam kata verba atau kata kerja yang merupakan suatu tindakan, keberadaan, atau pengalaman.⁹ Jika perbedaannya dengan strategi bahwasannya strategi merupakan suatu perencanaan yang digunakan untuk keperluan tertentu dan sering bersifat jangka panjang. Sedangkan bertahan artinya mempertahankan sesuatu yang dimiliki. Jika digabungkan, maka “strategi bertahan” bisa diartikan sebagai perencanaan jangka panjang untuk mempertahankan sesuatu.

Survive atau bertahan yakni suatu strategi yang digunakan dalam suatu kondisi untuk mempertahankan sesuatu, secara sederhananya survive juga dapat diartikan sebagai suatu usaha mempertahankan hidup, dalam suatu situasi mengharuskan seseorang untuk mempertahankan sesuatu dengan membuat sebuah strategi survive dengan tujuan untuk dapat bertahan dalam suatu kondisi tersebut. Strategi survive hanya dilakukan oleh mereka yang berada dalam lapisan ekonomi kebawah¹⁰. Strategi survive sering kali digunakan oleh mereka yang berada dalam tingkatan ekonomi sedang atau kebawah untuk mempertahankan sesuatu, dalam hal ini dapat peneliti simpulkan bahwasannya survive orientasinya yakni tentang bagaimana mempertahankan sesuatu dalam suatu kondisi tertentu. Survive secara harfiah berarti bertahan yakni membuat suatu perencanaan yang tujuannya yakni untuk dapat bertahan dalam suatu keadaan atau lingkungan tertentu.

⁹ Lektur.ID: “7 arti kata bertahan di Kamus Besar Bahasa Indonesia”, <https://lektur.id/arti-bertahan/>, diakses tanggal: 10 Oktober 2021.

¹⁰ Fina Kumesan, Strategi Bertahan Hidup (Life Survival Strategy) Buruh Tani di Desa Tombatu Dua Utara Kecamatan Tombatu Utara, Journal Unsrat, 2015, 44

3. Pedagang

Pedagang ialah orang yang melakukan suatu pekerjaan yaitu berdagang, yang diperjual belikan kepada masyarakat. Pedagang ialah suatu mata pencaharian yang beraktifitaskan suatu tindakan jual beli dengan memperdagangkan suatu barang dagangan dengan catatan bahwasannya barang yang diperjual belikan bukan produksi sendiri. Karena seorang pedagang menggunakan sistem membeli barang, lalu dijual lagi. Pedagang melakukan perdagangan dengan tujuan untuk mendatangkan laba dan memperoleh keuntungan¹¹. Sistem membeli barang kemudian dijual kembali memudahkan setiap orang untuk dapat berbisnis tanpa harus memiliki bakat dalam memproduksi sesuatu, pedagang ialah suatu aktifitas pekerjaan yang mengedepankan skill menjual.

“pedagang adalah pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk mendapat untung”¹²

Pedagang merupakan orang yang melakukan perniagaan yang dilakukan sehari-hari sebagai suatu pekerjaan, yang pada umumnya orang tersebut membeli suatu barang lalu kemudian dijual kembali dengan harga yang lebih tinggi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pedagang dapat diartikan sebagai yang menjual, namun juga sekaligus sebagai pembeli. Berdasarkan KUHD pasal 2 (lama) pedagang ialah yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai suatu pekerjaan sehari-hari. Dalam buku Yusuf Al Qordhowi, menjelaskan bahwa pedagang itu merupakan distributor dalam tatanan ekonomi islam¹³. Pedagang sendiri merupakan suatu jenis pekerjaan

¹¹ Eko Sujatmiko, “*Kamus IPS*”, (Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I, 2014), hlm. 231

¹² Wahyu Dwi Utami “Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional” *BioKultur*, Volume 1 Nomor 2, hlm. 128

¹³ Siti Maratus Solehah, Skripsi: “*Perilaku Pedagang Sayuran Pasar Ditinjau dari Etika Bisnis Islam*” (Metro:

yang dapat dilakukan oleh berbagai jenis usia, selain itu berdagang juga suatu pekerjaan yang dapat memberikan banyak untung jika bisa tekun dalam usahanya. Dapat peneliti simpulkan bahwasannya pedagang yakni suatu pekerjaan yang aktifitasnya berhubungan dengan kegiatan menjual dan membeli yang dimaksudkan agar mendapatkan keuntungan.

4. Toko Kelontong

“Toko” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan sebuah kedai berupa bangunan permanen tempat menjual suatu barang¹⁴. Yang artinya tempat yang digunakan orang untuk menjual suatu barang. “Kelontong” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti barang-barang yang digunakan untuk keperluan sehari-hari¹⁵. Barang-barang yang dimaksud di antara lain yakni dapat terdiri dari kebutuhan pokok hingga sekunder seperti beras, gula, sikat gigi, sabun, dsb. Dari definisi tersebut, Toko kelontong bisa diartikan sebagai toko yang menjual kebutuhan masyarakat sehari-hari. Namun umumnya besar toko & banyaknya produk yang dijual relatif kecil dan terletak di daerah kecil dan desa. Toko kelontong biasa buka pada jam yang panjang dan hampir setiap hari buka¹⁶.

Dengan kata lain, toko kelontong ialah toko usaha kecil yang didirikan oleh individu yang memiliki modal yang cukup dan menjual produk umum yang biasa masyarakat sekitar butuhkan. Toko kecil ini lebih menjual produk yang sekiranya laku, dan tidak terlalu memikirkan untuk memperbanyak variasi item produk yang dijual, karena beresiko modal awal tidak kembali.

IAIN Metro, 2018), hal. 14-15

¹⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008) hal.720

¹⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008) hal.1719

¹⁶ Ludfi Ika Purwantini, Skripsi: “*Perancangan Strategi Bisnis Toko Kelontong Model Offline to Online*” (Jember: Universitas Jember,2019), hal.1

Toko kelontong sendiri dapat menjadi peluang usaha yang menjanjikan dimana keberadaannya biasanya terdapat di tengah padatnya rumah warga, dan menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat dengan harga yang terjangkau yang banyak diminati oleh masyarakat karena letaknya yang tidak jauh dari pemukiman mereka. Toko kelontong menjadi peluang usaha yang menjanjikan karena dalam pendiriannya tidak memerlukan modal yang besar dan pengoperasiannya juga dapat bertepatan usaha rumahan.

5. Pandemi Covid19

Covid19 atau biasa disebut dengan Virus Corona, merupakan virus RNA yang berukuran partikel 120-160 nm. Virus corona utamanya menginfeksi hewan, di antaranya ialah kelelawar dan unta. Dan virus ini dapat bermutasi juga menginfeksi manusia¹⁷. *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit mulai ringan hingga berat, seperti *common cold* atau pilek dan penyakit serius seperti *MERS* dan *SARS*. Sampai saat ini penularan Covid 19 masih belum diketahui secara pasti.. virus covid-19 disebut sebagai pandemicovid-19 karena penyebarannya yang sangat luas dan masuk rana gobal. WHO (World Health Organization) mengungkapkan bahwa Pandemi adalah penyebaran penyakit baru ke seluruh dunia. Istilah pandemi menjelaskan tentang penyakit yang meluas secara geografis. Selain itu, pandemi juga menyebarkan penyakit melalui transmisi yang bisa berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain¹⁸.

Pandemi merupakan epidemi (penyebaran) suatu penyakit dari wilayah

¹⁷ Kurniawati, Skripsi: “Dampak Pandemi Covid19 Terhadap Perkembangan Kognitif Anak Usia Dini” (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2021), hal.8

¹⁸ Rina Tri Handayani, “Pandemi Covid19, Respon Imun Tubuh, dan Herd Immunity”, Jurnal Ilmiah STIKES, Volume 10 No 3, Juli 2020

yang tergolong luas, seperti benua, atau di seluruh dunia.¹⁹ Pandemi merupakan penyebaran virus atau penyakit menular yang tidak stabil. Maksudnya, virus tersebut tidak bisa dicegah dan penularannya sangatlah cepat. Sehingga penyebarannya bisa meluas hingga ke suatu wilayah dan negara. Pandemicovid-19 sendiri memasuki masa transisi menjadi endemi,

“Dengan melihat besaran kasus aktif pada bulan Desember 2021 di bawah scenario V-PPKM maka diperkirakan pandemi covid-19 di Indonesia akan berakhir di pertengahan tahun 2022, dan berubah menjadi endemi”²⁰

Virus covid-19 statusnya akan turun dari pandemi menjadi endemi, Endemi sendiri yakni penyakit yang menjangkit suatu wilayah, Meskipun pandemi covid-19 telah berkurang kasusnya namun masih belum hilang sepenuhnya dan masyarakat masih harus waspada. Virus covid-19 sendiri menyisahkan berbagai dampak bagi masyarakat dalam berbagai aspek, secara sederhananya dapat disimpulkan oleh peneliti bahwasannya virus covid-19 yakni wabah menular atau bisa disebut pandemi covid-19 yang kini mulai bertransisi menjadi endemi, virus covid-19 sendiri merupakan sebuah penyakit yang memasuki rana global karena penyebarannya yang sangat luas dan membutuhkan kerja sama semua pihak untuk penyelesaiannya, hingga kini tidak diketahui pasti kapan berakhirnya virus ini yang di Indonesia sendiri kasusnya terus mengalami penurunan, hal ini tidak terlepas dari usaha pemerintah dan masyarakatnya.

¹⁹ Noer Soejipto, “Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid19” (Yogyakarta: Penerbit K-Media, 2020) hal.20

²⁰ Ibnu Susanto Joyosoemito, Narila Mutia Nasir “Gelombang Kedua Pandemi Menuju Endemi Covid-19: Analisis Kebijakan Vaksinasi Dan Pembatasan Kegiatan Masyarakat di Indonesia” Jurnal Sains Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat, Volume 2 Nomor 13, hal.61

F. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini berjudul “Strategi *Survive* Pedagang Toko Kelontong pada Masa Pandemi Covid19 di Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo”, diuraikan menjadi beberapa bab dan sub bab untuk memudahkan dalam penelitian dan mudah dipahami. Adapun sistematikanya yaitu sebagai berikut:

Bab *Pertama*, berisikan tentang pendahuluan. Dalam bab ini peneliti menjabarkan mengenai rencana penelitian dan menjelaskan tentang topik penelitian yang diteliti dengan menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual, kajian pustaka, penelitian terdahulu, kerangka teori, metode penelitian, sampai sistematika pembahasan.

Bab *Kedua*, berisikan tentang kajian teori. Dalam bab ini peneliti menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian. Bab ini berguna untuk menganalisis hasil penelitian yang sudah dilakukan dari lapangan dengan kajian ilmu pengetahuan. Hal ini dapat menjadi acuan untuk melihat dan fokus dengan realita yang ada dilapangan.

Bab *Ketiga*, berisikan tentang metode penelitian. Bab ini bertujuan untuk menjelaskan lebih rinci tahap serta pendekatan yang dilakukan dalam penelitian. Diantaranya berisi tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, tahap-tahap penelitian, sampai analisis penyajian data.

Bab *Keempat*, berisikan penyajian dan analisis data. Dalam bab ini peneliti menyajikan data-data hasil penelitian, dan juga menganalisis data yang didapat dengan pendekatan dan teori yang digunakan.

Bab *Kelima*, adalah penutup. Bab ini merupakan bab akhir yang menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan disertai saran yang bisa menjadi sumbangsih pemikiran bagi seluruh pihak.

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal berjudul “**Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19**”, disusun oleh Tuwis Hariyani dari Universitas Kahuripan Kediri pada tahun 2021. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi pedagang kaki lima yang ada di Lapangan Desa Karangrejo saat pandemi Covid-19 mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis, tapi mereka berhasil mempertahankan usahanya dengan beberapa strategi seperti memperluas pasar dengan sistem online, menambah jumlah tenaga kerja, membuat produk baru, dan kerjasama dengan pelaku usaha lain, Meski pendapatan mereka tidak bisa kembali seperti semula sebelum pandemi.

Persamaan : Persamaan penelitian ini dengan yang diteliti adalah sama-sama meneliti strategi apa yang dilakukan oleh suatu pedagang dalam mempertahankan usahanya. Serta, penelitian ini juga dilakukan akibat pandemi covid19.

Perbedaan : Perbedaannya terletak pada subjek yang dikaji. Penelitian ini subjeknya adalah pedagang kaki lima, sedangkan peneliti subjeknya adalah pedagang toko kelontong. Dan strategi mereka tentu berbeda, karena berbeda dengan pedagang kaki lima yang bisa keluar dan mencari pembeli, toko kelontong itu adalah usaha yang tempatnya menetap tak bisa berpindah-pindah. Selain itu, toko kelontong juga sering berada dirumah pemilik usaha, sehingga jam kerjanya lebih bebas. Berbeda dengan pedagang kaki lima yang harus tau kapan waktu produktif masyarakat dan mencari waktu yang tepat agar

masyarakat tertarik dengan produk yang dijualnya.

2. Jurnal berjudul “**Dampak Keberadaan Mini Market Franchise Terhadap Usaha Pedagang Kelontong**”, disusun oleh Vivi Yulanda Ajizah, Surtani, dan Ahyuni dari Universitas Negeri Padang pada tahun 2019. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan mini market *franchise* seperti Indomaret & alfamart berdampak pada menurunnya penghasilan bagi pengusaha toko kelontong. Dikarenakan pelayanan dan juga kelengkapan produk yang tersedia sangat berpengaruh pada preferensi masyarakat.

Persamaan : Persamaan penelitian ini dengan yang diteliti ialah sama-sama meneliti tentang dampak dari sesuatu terhadap toko kelontong, dan menjelaskan bahwa usaha micro seperti toko kelontong juga memiliki tantangan yang berat untuk mempertahankan usahanya. Dalam penelitian ini dan juga penelitian yang dijalani juga sama-sama mengkaitkan peran mini market *franchise* terhadap toko kelontong.

Perbedaan : Perbedaannya terletak pada objek yang dikaji. Karena dalam penelitian ini hanya membahas dampak bagi toko kelontong. Sedangkan penelitian yang dilakukan ini membahas tentang strategi bertahan toko kelontong. Perbandingannya bisa sama dengan mini market *franchise*, tetapi di tengah pandemi yang tentunya masyarakat semakin pilih-pilih dalam memilih tempat untuk berbelanja, pengusaha toko kelontong harus mempunyai strategi tersendiri agar toko yang didirikan tetap bertahan.

3. Skripsi berjudul “**Strategi Usaha Kecil Menengah Penjual Sembako dalam Meningkatkan Keuntungan**”, disusun oleh Herwin dari Institut Agama Islam

Negeri (IAIN) PALOPO pada tahun 2019. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa usaha kecil penjual sembako dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Pemilik usaha bahwa usaha yang dijalankannya mampu memberikan pendapatan yang lebih di bandingkan sebelum melakukan usaha ini, meskipun efek yang terasa masih pada orang yang sudah menjalankan usaha ini sejak lama. Karena itulah dibutuhkan strategi untuk mengembangkan usaha kecil tersebut sehingga dapat menghasilkan banyak keuntungan. Untuk itu perlu adanya strategi seperti memberikan promosi/iklan secara konsisten, memberikan harga yang kompetitif, serta memberikan pelayanan yang terbaik untuk pembeli sehingga ada keharmonisan antara penjual dan pembeli.

Persamaan : Persamaan penelitian ini dengan yang diteliti ialah sama-sama meneliti tentang strategi bagaimana agar usaha kecil dapat bertahan dan semakin berkembang.

Perbedaan : Perbedaanya tentu terletak pada objek yang diteliti. Penelitian ini meneliti bagaimana strategi untuk mengembangkan suatu usaha kecil agar terus berkembang dan menghasilkan banyak keuntungan. Sedangkan penelitian yang dilakukan adalah bagaimana cara usaha kecil (dalam hal ini adalah toko kelontong) agar dapat bertahan ditengah pandemi covid19 dan tidak sampai tutup usaha. Penelitian ini menjelaskan strategi untuk mengembangkan suatu usaha itu perlu adanya inovasi, promosi, dan harga yang kompetitif. Sedangkan penelitian yang dilakukan perlu adanya *effort* lebih, karena dalam penelitian ini tidak hanya sekedar meneliti bagaiman usaha kecil dapat berkembang, tetapi bagaiman usaha kecil tersebut dapat bertahan dan tidak sampai tutup usaha karena pandemi covid19 sampai keadaan kembali

normla dan usaha kecil tersebut dapat berjalan seperti biasa

4. Jurnal berjudul “**Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Di Desa Sugih Waras**”, disusun oleh Nova Yanti Maleha, Imelda Saluza, dan Bagus Setiawan dari Universitas Indo Global Mandiri pada tahun 2021. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang kecil seperti pedagang kue killing , warung sembako, warung makanan, dan warung kopi, menyatakan penjualan mereka dimasa pandemi mengalami kerugian atau penurunan penghasilan yang sangat besar. Yang dimana kerugian tersebut disebabkan karena turunnya daya beli masyarakat, sehingga pendapatan mereka menjadi berkurang. Bahkan beberapa pedagang yang mengalami kerugian dari pandemi ini, mengalami penutupan usaha atau tidak berdagang lagi. Penyebab dari tutupnya usaha tersebut disebabkan habisnya modal serta keuntungan sehari-hari yang dipakai untuk manyambung usaha berikutnya, di pergunakan untuk mencukupi kebutuhan hidup rumah tangga pedang kecil.

Persamaan : Persamaan penelitian ini dengan yang diteliti ialah sama-sama meneliti tentang dampak pandemi covid19 terhadap pedagang. Seperti menurunnya pendapatan dan kerugian yang dialami oleh pedagang disaat pandemi.

Perbedaan : Perbedaanya tentu terletak pada objek yang diteliti. Penelitian ini berfokus pada usaha toko kelontong. Selain meneliti dampak dari pandemi covid19 pada usaha toko kelontong, peneliti juga meneliti bagaimana strategi apa saja yang dilakukan pedagang toko kelontong untuk mempertahankan tokonya dan bagaimana usaha dari pedagang toko kelontong agar dagangannya

tetap jalan dan laku.

5. Jurnal berjudul **“Dampak Covid19 Terhadap UMKM di Indonesia”**, disusun oleh Andi Amri dari Universitas Hasanuddin pada tahun 2020. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi UMKM ditengah pandemi terus mengalami penurunan kapasitas produksi hingga penurunan penghasilan yang diakibatkan dari berkurangnya minat pembeli untuk belanja secara konvensional dan mulai beralih pada dunia market online shop. Hal ini terjadi karena masyarakat tidak mau lelah pergi ke sebuah toko atau pedagang, karena masyarakat kini bisa lebih simple dalam berbelanja melalui online. Karena itulah perlu suatu kebijakan untuk melindungi UMKM, agar tetap bisa kompetitif dan eksis dimasyarakat ditengah pandemi Covid-19.

Persamaan : Persamaan penelitian ini dengan yang diteliti ialah sama-sama meneliti tentang dampak pandemi covid19 terhadap suatu pedagang yakni UMKM. Seperti menurunnya pendapatan dan kerugian yang dialami oleh pedagang disaat pandemi dengan cangkupan yang lebih luas.

Perbedaan : Perbedaanya tentu terletak pada objek yang diteliti. Penelitian ini berfokus pada UMKM yang dimana itu merupakan cangkupan secara besar dalam suatu usaha. Sedangkan penelitin yang dijalan oleh peneliti disini lebih berfokus pada suatu UMKM tertentu, yakni Toko kelontong.

6. Skripsi berjudul **“Perancangan Strategi Bisnis Toko Kelontong Model Offline to Online”**, disusun oleh Ludfi Ika Purwantini dari Universitas Jember pada tahun 2019. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa rancangan strategi *Offline to Online* pada toko kelontong perlu diberikan

rancangan fasilitas berupa media sosial dan jasa kirim. Berupa media komunikasi yang akan digunakan pembeli untuk memesan barang, dan perlu adanya jasa kirim guna untuk mengantarkan barang sampai ketempat pembeli. Dan juga perlu adanya informasi di toko tersebut berupa katalog produk yang dijual, sehingga menambah daya tarik masyarakat untuk membeli.

Persamaan : Persamaan penelitian ini dengan yang akan diteliti adalah sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran untuk mempertahankan toko kelontong agar tetap eksis dan diminati oleh masyarakat.

Perbedaan : Perbedaannya terletak pada objek yang dikaji. Jika penelitian ini membahas bagaimana strategi toko kelontong dari *Offline* ke *Online*, penelitian ini membahas bagaimana strategi toko kelontong agar tetap bertahan dan tidak tutup usaha ditengah pandemi covid19.

7. Jurnal berjudul “**Dampak Pandemi Terhadap Kesejahteraan Pedagang di Sekolah di Desa Tengahan Kabupaten Pati**”, disusun oleh Laela Ismiyatin, Wara Angreni, dan Markhamah dari Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2022. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa kesejahteraan pedagang di Desa Tengahan sedang dalam kondisi sangat awas, waspada, dan hati-hati. Omzet dari penjualan para pedagang turun hingga 50% dari biasanya akibat pandemi. Pihak sekolah akhirnya memberikan dukungan informatif dengan menyebarluaskan informasi mengenai pandemi dan pencegahannya yang disebarkan ke anggota keluarga para siswa, lalu kemudian disebarkan pada pedagang. Informasi dari sekolah tersebut berisi tentang perilaku hidup bersih dan sehat pada para pedagang dan mensosialisasikan pembatasan sosial dan jaga jarak pada warga desa serta tidak lupa untuk

menggunakan masker saat keluar rumah dan menghindari kerumunan. Pada akhirnya langkah yang dapat ditempuh para pedagang di sekolahan adalah dengan berjualan secara mandiri di rumah, karena dengan kondisi pandemi covid 19 yang tidak memungkinkan untuk berjualan di sekolah. Hal ini dilakukan para pedagang untuk menyambung hidup kedepannya.

Persamaan : Persamaan penelitian ini dengan yang diteliti ialah sama-sama meneliti tentang dampak pandemi covid19 terhadap suatu pedagang. Menurunnya omset atau penghasilan menjadi salah satu dampak terbesar bagi suatu pedagang saat berjualan dimasa pandemi.

Perbedaan : Perbedaannya tentu terletak pada objek yang diteliti. Penelitian ini berfokus pada pedagang yang ada di sekolah, Sedangkan penelitian yang dijalankan oleh peneliti disini lebih berfokus pada suatu pedagang tertentu, yakni Toko kelontong. Yang dimana pedagang toko kelontong hanya bisa berjualan di satu tempat yang sama, sedangkan pedagang yang ada di sekolah bisa berpindah-pindah untuk mencari konsumen atau pembeli.

8. Jurnal berjudul **“Dampak Covid-19 terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Desa Limehe Timur”**, disusun oleh Andi Mardiana, Hairuddin, Novita K Agase, Liyana Mahmud, dan Sri Jeinrawati Dai dari Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo pada tahun 2021. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pedagang pasar tradisional di desa limehe timur tetap bertahan dan melanjutkan usahanya meskipun penghasilannya semakin menipis karena pembeli yang semakin berkurang karena pandemi covid19. Alasan yang menjadikan pedagang tradisional di Desa Limehe tetap melakukan usahanya ialah karena para

pedagang tersebut memiliki kesadaran untuk terus berjuang memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Persamaan : Persamaan penelitian ini dengan yang diteliti ialah sama-sama meneliti tentang dampak pandemi covid19 terhadap suatu pedagang. Yang dimana pedagang tersebut mengalami kerugian akibat sepi pembeli.

Perbedaan : Perbedaannya terletak pada subjek penelitian. Penelitian yang dilakukan peneliti bukan pedagang pasar, melainkan pedagang toko kelontong. Suatu usaha yang dikelola sendiri dan biasanya berlokasi dirumah pemilik usaha tersebut.

B. Kajian Pustaka

a. Toko Kelontong

Dunia industri perdagangan yang kini sedang berkembang dengan pesat dan marak di Indonesia salah satunya adalah minimarket. Hampir di setiap sudut kota maupun desa ada minimarket yang dikembangkan oleh masyarakat secara mandiri atau seorang pengusaha besar²¹. Dalam perdagangan sektor informal, mampu berkembang dengan pesat di Indonesia dan semakin banyak dilirik oleh masyarakat. Perdagangan dalam sektor informal merupakan salah satu kesempatan kerja yang mampu dilakukan oleh siapa pun tanpa persyaratan tertentu seperti pendidikan dan skill. Kelebihan perdagangan dalam sektor informal diantaranya yakni:

1. Tidak diatur oleh SOP (*Standart Operating Procedures*), yang artinya dalam perdagangan tidak diatur oleh prosedur operasi khusus yang biasa dilakukan dalam menjalankan bisnis

²¹ Heny Yuningrum, "USAHA UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS TOKO KELONTONG DALAM MENGHADAPI USAHA RITEL YANG MENJAMUR DI MASYARAKAT", JURNAL Ekonomi: UIN Walisongo Semarang, Volume 6 Edisi 2, 2016

2. Tidak memiliki jam kerja, karena pemilik usaha bebas bekerja kapan saja
3. Bisa memulai usaha dengan modal yang sedikit, tergantung produk yang diperdagangkan
4. Tempat kerja yang tidak menetap, maksudnya pedagang bebas memasarkan atau menjual produk mereka dimana saja.
5. Struktur usaha masih berdasarkan sistem kekeluargaan

Salah satu usaha perdagangan dalam sektor informal adalah pedagang toko kelontong. Toko kelontong umumnya mudah di akses dan bersifat local, karena biasa ditemukan di lokasi pemukiman padat penduduk. Seperti contoh ditempat yang strategis atau gang-gang sempit dengan memanfaatkan ruangan rumah yang tidak terpakai sebagai tempat berdagang. Umumnya pelanggan yang sering berbelanja ke toko kelontong berasal dari orang-orang yang tinggal di sekitar toko kelontong tersebut. Selain itu, Modal usaha yang digunakan untuk membuka toko kelontong relatif lebih kecil, sehingga siapapun dapat memulai sebuah usaha. Berbagai cara agar pembeli merasa nyaman berbelanja merupakan syarat utama yang harus di lakukan oleh seorang pedagang.

Usaha dagang toko kelontong menggunakan konsep ritel atau ecer. Menurut Tjiptono (2008), ritailing merupakan kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen untuk pemakaian pribadi atau rumah tangga, dan bukan untuk keperluan bisnis. Usaha ritel ini dibagi menjadi dua jenis, yakni :

1. Usaha ritel modern, merupakan usaha ritel yang dikelola secara modern, seperti contoh minimarket, swalayan, supermarket.

2. Usaha ritel tradisional, merupakan usaha ritel yang menekankan pengelolaannya secara konvensional dan tradisional.

Melihat usaha ritel modern yang saat ini semakin banyak dengan berbagai tawaran seperti diskon atau potongan harga yang mampu menggiurkan masyarakat, pedagang kelontong harus melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan pelanggan atau konsumen mereka. Para pedagang usaha ritel modern berlomba-lomba dengan para pedagang kelontong untuk mendapatkan para pelanggan, sehingga membuat persaingan dalam tempat perbelanjaan menjadi kompetitif²².

Dalam memajukan usaha swalayan seperti mini market memiliki beberapa strategi khusus untuk memajukan usaha tersebut agar bisa sukses. Dan strategi ini juga bisa diterapkan pada usaha toko kelontong. Diantaranya sebagai berikut:²³

1. Melakukan manajemen yang baik, artinya pemilik toko harus bisa terampil dalam menjalankan usaha perdagangannya. Dan harus mengerti tata cara manajemen suatu usaha dengan baik
2. Konsisten dalam menjalankan usaha dagang. Artinya tidak mudah menyerah atau mundur apapun yang terjadi, meskipun jika tujuan tidak bisa tercapai. Seorang pengusaha harus bersungguh-sungguh dan juga optimis dalam menjalankan usahanya dan berani menghadapi apa pun kendala dan rintangan yang ditemui. Terutama soal persaingan dengan pengusaha lain.
3. Kemampuan untuk cepat dalam merubah strategi. Maksudnya setiap

²² Helvana Yolanda Putri, "Eksistensi Pedagang Kelontong di kecamatan Tampan", JURNAL JOM FISIP, Volume 6 Edisi 2, 2019

²³ Khaidir Saib, "Strategi Kesuksesan Pertumbuhan Mini Market di Kota Pekanbaru", Jurnal EQUILIBRIUM, Volume 7, No. 2, 2019

pemilik usaha harus pandai mencari peluang dan berinovasi agar usaha dagangnya dapat semakin maju dan sukses.

b. Strategi *Survive* Pedagang Toko Kelontong.

Selain itu, salah satu dampak dari pandemi covid19 adalah UMKM di Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh dari kementerian koperasi yang menggambarkan bahwa 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah terdampak pandemi covid19. Sektor UMKM yang paling terdampak ialah industri kreatif, pertanian, serta sektor makanan dan minuman. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk menanggulangi masalah yang dihadapi pelaku UMKM ialah dengan memberikan keringanan pembayaran pajak selama enam bulan, sejak April 2020 hingga September 2020.²⁴

UMKM seperti toko kelontong tidak hanya menghadapi pandemi covid19, tetapi juga bersaing dengan beberapa mini market *franchise* seperti indomaret, alfamart, dan lain-lain. Berdasarkan penelitian menggunakan Uji Anova yang dilakukan oleh Vivi Yulanda Ajizah, , Surtani, dan Ahyuni, tercatat rata-rata pendapatan pedagang kelontong sebelum adanya minimarket *franchise* yaitu Rp 7.950.000, tetapi setelah adanya minimarket *franchise* rata-rata pendapatan pedagang kelontong menurun menjadi Rp 4.240.000.²⁵

Toko kelontong kini harus bisa memberikan inovasi serta strategi agar dapat mempertahankan usaha yang dijalankan. Bahkan tidak hanya mini market *franchise* saja, tetapi juga ada minimarket modern yang tidak kalah kualitas produknya dengan produk minimarket *franchise*. Toko kelontong juga

²⁴ Andi Amri, “Dampak Covid19 Terhadap UMKM di Indonesia”, JURNAL BRAND, Volume 2 No. 1, Juni 2020

²⁵ Vivi Yulanda Ajizah, Surtani, Ahyuni, “Dampak Keberadaan Minimarket Franchise Terhadap Usaha Pedagang Kelontong”, JURNAL BUANA, Volume 3 No. 1, 2019

harus memperhitungkan kepuasan konsumen dengan meningkatkan kualitas produk. Karena semakin meningkat kualitas produk maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan.²⁶

c. Pedagang Toko Kelontong dan Pandemi Covid19

Badan kesehatan dunia memberikan pernyataan bahwa covid19 adalah “Pandemi”.²⁷ Covid19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh sindrom pernapasan akut coronavirus 2 (*severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 atau SARS-CoV-2*). Virus ini termasuk dalam Coronavirus yang biasanya menyerang hewan, tetapi juga bisa menyerang manusia. Coronavirus biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernafasan, seperti flu, MERS (*Middle East Respiratory Syndrome*), dan SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*). Covid19 merupakan coronavirus jenis baru yang ditemukan di Wuhan, Hubei, China pada tahun 2019. Karena itu, Coronavirus baru ini disebut Coronavirus disease-2019, yang biasa disingkat menjadi Covid19. Gejala Covid19 pada umumnya berupa demam diatas 38°C, batuk kering, dan sesak nafas, serta paling buruk yang bisa terjadi pada manusia ialah kematian.²⁸

Covid19 di Indonesia pertama kali terdeteksi pada 2 Maret 2020, disaat 2 orang terkonfirmasi tertular virus dari seorang warga Negara Jepang. Covid19 terus menyebar hingga ke 34 provinsi, dan yang paling parah terjadi di Jawa Timur, DKI Jakarta dan Sulawesi Selatan. Pemerintah berupaya

²⁶ Ainun Ababil, Skripsi: “Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Kelontong Fauzan” (Bekasi: Universitas Pelita Bangsa, 2019), hal.72

²⁷ Rina Tri Handayani, “Pandemi Covid19, Respon Imun Tubuh, dan Herd Immunity”, Jurnal Ilmiah STIKES, Volume 10 No 3, Juli 2020

²⁸ Andi Amri, “Dampak Covid19 Terhadap UMKM di Indonesia”, JURNAL BRAND, Volume 2 No. 1, Juni 2020

mencegah penyebaran covid19 ini dengan mengkampanyekan dua cara yang menjadi kunci untuk mencegah penularan dan penyebaran covid19, yaitu dengan menjaga jarak (*Physical Distancing*), rajin mencuci tangan dengan sabun dan wajib memakai masker. Selain itu, pemerintah juga menganjurkan untuk memperbanyak wastafel portable disekitar lingkungan masyarakat. Pada akhirnya, pemerintah melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) serta mengkampanyekan *Stay at home*²⁹. Masyarakat yang diwajibkan menetap didalam rumah membuat setiap orang yang memiliki usaha mengalami kerugian. Berkurangnya konsumen, berkurangnya pendapatan, serta berkurangnya jumlah pegawai demi menjalankan aturan pemerintah yakni *sosial distancing*. Agar orang-orang yang menjadi pegawai dapat saling menjaga jarak. Hal ini dilakukan agar terhindar dari penularan virus covid19 yang sangat berbahaya yang dapat menular kapan dan dimana saja.

Salah satu dampak yang paling dirasakan dengan adanya pandemi covid19 adalah orang yang memiliki usaha. Pandemi seakan menjadi racun bagi suatu usaha untuk mengurangi pendapatan dan semakin sedikitnya pangsa pasar³⁰. Apabila jumlah pengunjung toko kelontong dan keuntungan dari usaha mereka berkurang maka timbul dampak pada kelangsungan usaha toko kelontong tersebut. Dampak paling terasa adalah menurunnya pendapatan yang menurun sejak pandemi covid19. Pelaku usaha toko kelontong harus memiliki strategi untuk mempertahankan usahanya. Selain itu pola hidup dari pengusaha tersebut juga berubah, karena perlu adanya pengontrolan keuangan untuk mengatur pengeluaran dan pemasukan. Jika hal ini tidak dilakukan,

²⁹ Noer Soejipto, "*Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid19*" (Yogyakarta: Penerbit K-Media, 2020) hal.28

³⁰ Nurlisa, "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Toko Kelontong di Kabupaten Aceh Utara*", Jurnal Ekonomi, Vol.4 No.1, 2021

maka pengusaha toko kelontong mengalami kerugian, bahkan bisa sampai ada yang menutup usahanya.

C. Kerangka Teori

Akar pemikiran ini muncul dari situasi pandemi covid19 yang merebak ditahun kemarin (2020) hingga tahun ini (2021). Pandemi tentunya membuat usaha pertokoan mendapat penurunan penghasilan, sehingga mereka memerlukan strategi agar dapat bertahan sampai pandemi berakhir. Dan itu adalah tantangan berat bagi toko kelontong untuk mempertahankan tokonya agar tetap berjalan dan tidak tutup usaha.

Penelitian ini menggunakan teori tindakan sosial Max Weber. Teori ini berorientasi pada motif dan tujuan pelaku. Teori Max Weber ini digunakan untuk memahami perilaku setiap individu atau kelompok, bahwa segala tindakan yang dilakukan individu maupun kelompok memiliki motif dan tujuan yang berbeda. Teori ini juga bisa digunakan untuk memahami tipe-tipe perilaku tindakan setiap individu maupun kelompok. Memahami perilaku setiap individu maupun kelompok, itu sama halnya dengan menghargai serta memahami alasan-alasan mereka dalam melakukan suatu tindakan. Sebagaimana diungkapkan oleh Weber, cara terbaik untuk memahami berbagai kelompok adalah menghargai bentuk-bentuk tipikal tindakan yang menjadi ciri khasnya. Sehingga kita dapat memahami alasan-alasan mengapa warga masyarakat tersebut bertindak.³¹

Weber melakukan klasifikasi dari empat tipe tindakan yang dibedakan dalam konteks motif para pelakunya yaitu: **Tindakan Tradisional**, yaitu tindakan yang ditentukan oleh kebiasaan-kebiasaan yang sudah mengakar secara turuntemurun.

³¹ Pip Jones, *Pengantar Teori-Teori Sosial: Dari Teori Fungsionalisme Hingga PostModernisme*, (Jakarta: Pustaka Obor, 2003), hal 115

Tindakan Afektif, merupakan tindakan yang ditentukan oleh kondisi-kondisi dan orientasi-orientasi emosional si aktor. **Rasionalitas Instrumental**, adalah tindakan yang ditujukan pada pencapaian tujuan-tujuan yang secara rasional diperhitungkan dan diupayakan sendiri oleh aktor yang bersangkutan. **Rasionalitas Nilai**, yaitu tindakan rasional berdasarkan nilai, yang dilakukan untuk alasan-alasan dan tujuan-tujuan yang ada kaitanya dengan nilai-nilai yang diyakini secara personal tanpa memperhitungkan prospek-prospek yang ada kaitanya dengan berhasil atau gagalnya tindakan tersebut.³²

Penelitian ini menganalisis menggunakan 4 jenis teori tindakan Max Weber tersebut. Yang pertama ialah teori **Tindakan Tradisional**, menjelaskan bahwa tindakan yang dilakukan berdasarkan kebiasaan dan dilakukan secara turun temurun. Jika dikaitkan dengan dengan strategi *survive* toko kelontong dimasa pandemi, maka teori ini kurang cocok. Tetapi ada elemen dalam toko kelontong yang cocok dengan teori ini, yaitu dalam hal mempertahankan suatu usaha, ada hal yang biasa dilakukan oleh setiap pemilik usaha, yakni pemilik usaha atau pedagang toko kelontong melakukan kegiatan produksi dengan berbelanja produk untuk dijual kembali ke toko, lalu produk tersebut dijual kepada masyarakat sampai produk tersebut habis. Produk yang dijual tentunya dengan harga yang sedikit lebih tinggi untuk memperoleh keuntungan. Sehingga pedagang toko kelontong mendapat untung atau laba dari toko kelontong tersebut. Ini merupakan tindakan tradisional dan dilakukan terus menerus terhadap pemilik usaha agar usaha tersebut terus berjalan.

Selanjutnya ada **Tindakan Afektif**. Tindakan ini dilakukan atas dasar emosional. Dalam berdagang, tentunya tidak lepas dari emosional pemilik usaha

³² Bryan S. Turner, *Teori Sosial Dari Klasik Sampai Postmodern*, (Yogyakarta: PustakaPelajar, 2012), hal 115

tersebut. Pemilik usaha bisa mengekspresikan rasa emosional mereka melalui tindakan. Seperti contoh pemilik toko kelontong senang bila ada pengunjung atau pembeli yang datang ketoko dan membeli produk yang dijualnya. Dalam kegiatan jual-beli itulah tindak afektif ini dilakukan oleh pemilik toko kelontong tanpa sadar. Maksudnya, atas dasar rasa senang karena kedatangan pembeli itulah yang membuat pemilik toko kelontong tersenyum dan bersikap ramah kepada pembeli. Tindakan ini dilakukan dari emosional pemilik toko kelontong tersebut atas dasar rasa bahagia. Dan jika tindakan afektif ini dianalisis pada topic strategi *survive* pedagang toko kelontong pada masa pandemi covid19, maka pemilik usaha berfikir dan khawatir usaha dagangannya yang sepi akibat pandemi. Dan kekhawatiran tersebut membuat pemilik usaha melakukan tindakan, bagaimana agar usaha toko yang dikelolanya tetap bisa jalan dan ramai penjual.

Lalu ada teori **Rasionalitas Instrumental**. Tindakan ini dilakukan atas dasar pemikiran yang rasional. Ini sangat cocok dengan tindakan strategi *survive* toko kelontong dimasa pandemi, karena tindakan yang dilakukan oleh pengusaha toko kelontong berdasarkan tujuan-tujuan yang rasional dan menggunakan perhitungan. Maksudnya, Pengusaha toko kelontong tidak membiarkan usaha yang sudah dibangun menjadi sia-sia dan tutup. Karena itu, pengusaha toko kelontong memikirkan strategi untuk tetap mendapatkan uang agar usaha toko kelontong tetap berjalan.

Dan yang terakhir ada teori **Rasionalitas Nilai**. Tindakan ini didasarkan atas nilai-nilai yang diyakini dari suatu etika dan agama. Maksudnya tindakan yang dilakukan telah dipertimbangkan sesuai etika dan nilai-nilai sosial yang telah menjadi kesepakatan bersama. Mengkaji teori ini dengan topik strategi *survive* toko kelontong dimasa pandemi kurang cocok. Karena tindakan ini dilakukan oleh

pemilik usaha toko kelontong dalam situasi apapun. Seperti contoh dalam hal pelayanan. Pemilik toko melayani pembeli dengan ramah dan sopan, serta bertutur kata yang baik didepan pembeli. Karena itu merupakan nilai dan etika dalam berdagang. Jika di ibaratkan, pembeli adalah raja dan penjual adalah pelayan yang melayani kebutuhan pembeli tersebut. Selain itu, tindakan ini juga dilakukan dalam pemilihan produk yang dijual. Karena pemilik toko kelontong juga harus memastikan produk yang dijual itu merupakan produk yang bagus, bersih, dan sehat untuk dikonsumsi. Sehingga itu juga menjadi bentuk pelayanan dari pemilik toko kelontong kepada pembeli demi kenyamanan bersama.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif pendekatan fenomenologi. Fenomenologi berusaha mengungkap makna subyektif, memposisikan individu sebagai pemberi makna, yang kemudian menghasilkan tindakan dilandasi pengalaman.³³ Peneliti bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif yang mendeskripsikan keadaan objek penelitian berdasarkan fakta dan data yang tampak atau sebagaimana adanya. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang gejala/sesuatu masyarakat tertentu dengan menggunakan pendekatan fenomenologi untuk mencari pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena pandemicovid19 yang terjadi sejak akhir 2019.

“Fenomenologi juga berupaya mengungkapkan tentang makna dari suatu pengalaman seseorang. Makna tentang sesuatu yang dialami seseorang akan sangat tergantung bagaimana orang berhubungan dengan sesuatu itu”³⁴

Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, peneliti dapat lebih memahami bagaimana suatu usaha toko kelontong mengalami dampak dari adanya pandemicovid19. Sehingga melalui pendekatan ini, peneliti berupaya untuk menjelaskan makna pengalaman dari sejumlah pemilik usaha toko kelontong tentang suatu konsep atau gejala dalam mempertahankan usaha toko kelontong

³³ Isa Anshori, Melacak State Of The Art Fenomenologi Dalam Kajian Ilmu-Ilmu Sosial. *Halaqa: Islamic Education Journal*, 2(2), 2018, 165.

³⁴ O.Hasbiansyah, "Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi", *Jurnal MediaTor*, Vol.9 No.1, 2008

tersebut dimasa pandemi covid19.

Laporan penelitian berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut.lain. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang gejala/sesuatu masyarakat tertentu.³⁵

B. Jenis dan Sumber Data

Data yang dihimpun berupa data kualitatif dan kuantitatif.. Data kualitatif berupa uraian terkait dampak Pandemi Covid19 terhadap kehidupan para pemilik Toko Klontong dan stategi yang diamabil untuk mempertahankan eksistensinya. Sedangkan data kuantitatif berupa jumlah penghasilan yang diperoleh oleh para pemilik Toko Klontong. Data-data tersbut bersumber dari data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data yang didapat dari penelitian ini merupakan hasil yang diperoleh dari wawancara secara langsung dengan informan yaitu pemilik usaha toko kelontong dengan data yang dicari peneliti yaitu bagaimana dampak dari pandemi covid19 bagi pedagang toko kelontong serta strategi apa yang dilakukan oleh pemilik usaha toko kelontong untuk mempertahankan toko dan tetap mendapatkan uang.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh merupakan penjelasan-penjelasan teoritis yang berkaitan dengan tema penelitian dengan mengambil dari berbagai referensi pustaka. Seperti data dari pemerintah Desa Kalimati dan Kecamatan Tarik Sidoarjo. Data ini dapat memberikan keterangan atau pelengkap data sebagai bahan pembanding dan juga sebagai bahan untuk menganalisis hasil penelitian.

³⁵ Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: 2014) Hlm. 11

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo yang beralamat di Jl. A.Yani No.53B, Dusun Tengahan, RT.08/RW.02, Desa Kalimati, Kecamatan Tarik, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61265. Desa Kalimati ini merupakan daerah pedesaan yang lokasinya terletak diperbatasan Mojokerto dan Sidoarjo. Dalam penelitian ini dibutuhkan proses dengan beberapa tahap, yakni:

1. Melihat keadaan lokasi sebagai observasi yang mulai dilakukan sejak awal November hingga akhir bulan Desember.
2. Peneliti mengatur perizinan dengan pihak Kecamatan Tarik Sidoarjo sebagai izin untuk melakukan penelitian. Tetapi karena lokasi penelitian berada di kota yang berbeda dengan kota tempat kampus berada, maka peneliti juga harus mendapat surat pengantar dari Bakesbangpol Provinsi Jawa Timur, yang kemudian dilanjutkan ke Bakesbangpol Sidoarjo, lalu mendapat surat pengantar ke Kecamatan Tarik Sidoarjo, dan akhirnya berlanjut ke perizinan kepada pemerintah Desa Kalimati.
3. Peneliti mulai melakukan penelitian mencari toko kelontong di Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo yang berlangsung pada bulan Januari 2022 mulai tanggal 20 Januari 2022 sampai 20 Maret 2022.

D. Pemilihan Subyek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif dibutuhkan informan sebagai sumber data. Peneliti mencari beberapa narasumber yang diwawancarai untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Dalam Penelitian ini, subyek yang diteliti adalah toko kelontong.

Dalam mencari informan, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*,

yakni informan yang sudah di tentukan, yang artinya penentuan informan yang dipilih peneliti ditentukan atas dasar berbagai pertimbangan. Informan yang dipilih peneliti yakni pemilik usaha toko kelontong, namun dengan ketentuan toko kelontong tersebut adalah toko yang sudah lama dan terbesar atau paling eksis dan memiliki ciri khas dari masing-masing Dusun di Desa Kalimati. Untuk itulah pemerintah Desa Kalimati turut membantu memberikan arahan toko mana yang cocok menjadi bahan interview dan diteliti. Ketentuan yang peneliti pilih disini berdasarkan pengalaman dari pemilik toko kelontong yang sudah besar atau sudah lama berdiri di Desa Kalimati, memiliki banyak pengalaman dalam mengelola toko kelontong. Atau minimal toko tersebut memiliki strategi unik, sehingga dapat memungkinkan banyaknya ide kreatif dan strategi yang dilakukan oleh para pedagang toko kelontong tersebut.

Selanjutnya peneliti mengunjungi beberapa toko kelontong yang sudah ditentukan bersama pihak pemerintah Desa Kalimati untuk mewawancarai pemilik toko kelontong yang memberikan informasi mengenai bagaimana dampak pandemicovid19 dalam usaha toko kelontong lalu bagaimana strategi dan tindakan apa saja yang dilakukan untuk mempertahankan toko kelontong selama pandemi covid19. Dan terakhir peneliti mewawancarai beberapa masyarakat Desa Kalimati untuk memberikan opini tambahan sebagai pembanding dengan dampak pandemi covid19 bagi usaha toko kelontong.

Dari semua jenis narasumber yang peneliti wawancarai, tentunya harus berdomisili di Desa Kalimati Kecamatan Tarik, Sidoarjo. Informan pedagang toko kelontong yang dipilih merupakan perwakilan dari setiap Dusun di Desa Kalimati yang berjumlah 6 Dusun. Daftar informan ialah sebagai berikut :

Tabel 3.1

Data Informan Pedagang Toko Kelontong

NO	Nama	Usia	Alamat
1.	Bu Suwarni	54 Tahun	RT.08 / RW.02 Dusun Tengahan
2.	Mbak Aprilia	26 Tahun	RT.05 / RW.01 Dusun Balong Gayam
3.	Bu Ismi	43 Tahun	RT.06 / RW.01 Dusun Pandean
4.	Pak Samsoleh	47 Tahun	RT.03 / RW.01 Dusun Centong
5.	Bu Indah	49 Tahun	RT.13 / RW.02 Dusun Grengseng
6.	Pak Arifin	48 Tahun	RT.11 / RW.02 Dusun Krajan

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Selain mewawancarai pedagang toko kelontong, peneliti juga mewawancarai beberapa masyarakat Desa Kalimati untuk menanyakan dan meneliti pandangan masyarakat pada usaha toko kelontong. Hasil wawancara ini digunakan sebagai pembandingan dan pendukung hasil penelitian yang telah dilakukan. Daftar informan ialah sebagai berikut :

Tabel 3.2

Data Informan Masyarakat

NO	Nama	Usia	Alamat
1.	Pak Joko	39 Tahun	RT.04 / RW.01 Dusun Balong Gayam
2.	Bu Endang	27 Tahun	RT.04 / RW.01 Dusun Balong Gayam

Sumber : Dokumentasi Peneliti

E. Tahap-tahap Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti ada 3 tahapan sebelum

pengambilan data:

1. Pra Lapangan

Pada tahap ini peneliti menyiapkan berbagai persiapan untuk menghadapi informan, yakni pemilik toko kelontong. Salah satunya ialah dengan menyiapkan berbagai pertanyaan yang ditanyakan oleh peneliti kepada pemilik toko kelontong dan juga konsep-konsep penelitian bagaimana alur dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti seperti perizinan kepada pihak pemerintah kecamatan agar masyarakat dapat lebih terbuka dalam memberikan informasi. Hal ini dilakukan agar penelitian yang dilakukan teratur mulai dari awal hingga akhir.

2. Pekerjaan Lapangan

Pada tahap ini peneliti fokus dengan keadaan yang ada dilapangan seperti mengamati dan memahami kondisi lapangan dan juga mencatat berbagai hal yang penting dalam proses wawancara serta dibantu dengan alat perekam suara agar setiap perkataan yang disampaikan oleh narasumber tidak terlewat sehingga mendapatkan data yang lebih detil dalam penelitian laporan. Selain itu, peneliti juga melakukan sesi pemotretan dengan narasumber yang bersangkutan sebagai lampiran dan pendataan.

3. Penelitian Laporan

Pada tahap akhir ini, peneliti menuliskan semua hasil data yang sudah didapatkan dari lapangan ke dalam bentuk laporan. Ditahap ini, peneliti perlu memperhatikan keabsahan data maupun materi serta teori yang digunakan dalam menganalisis masalah yang ada dilapangan dengan menjelaskan permasalahan sebaik mungkin dengan menunjang

sistematika kepenelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Adapun pengumpulan data terkait penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan. Pengamatan ini dilakukan secara sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan³⁶. Observasi ini dilakukan di daerah Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo dengan mengamati keadaan lokasi serta letak toko kelontong yang bertempat di daerah tersebut.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (peneliti) dan yang diwawancarai (interview)³⁷. Pada tahap ini, peneliti menjadikan pemilik usaha toko kelontong sebagai narasumber. Karena yang mengelola dan mengembangkan usaha toko kelontong tersebut ialah pemilik toko itu sendiri. Sehingga peneliti bisa mendapatkan data yang dibutuhkan untuk penelitian laporan.

3. Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan pengambilan data berupa catatan hasil wawancara dan juga gambar-gambar hasil penelitian serta kondisi lapangan sebagai sumber data yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis

³⁶ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*, (Jakarta : Kencana Media Grup, 2011), 118.

³⁷ Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: 2014) Hlm. 186

permasalahan yang terjadi, yakni strategi *survive* pedagang toko kelontong pada masa pandemi covid19. Tak lupa peneliti melampirkan semua data-data tersebut kedalam laporan sebagai hasil dari penelitian yang dilakukan.

G. Teknik Analisis Data

Pada bagian analisis data peneliti menggunakan beberapa proses dalam analisis data yaitu:

1. Reduksi Data

Langkah ini dilakukan dengan cara pemetaan untuk mencari persamaan dan perbedaan sesuai dengan tipologi data dan membuat catatan sehingga membentuk analisis yang dapat dikembangkan dan ditarik kesimpulannya.

2. Penyajian Data

Langkah ini dilakukan dengan cara menghubungkan hasil-hasil klasifikasi tersebut dengan beberapa referensi atau dengan teori yang berlaku dan mencari hubungan diantara sifat-sifat kategori.

3. Verifikasi

Langkah terakhir ini yaitu analisis data, berupa kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi juga berubah bila ditemukan data yang lebih kuat dan diuji ketepatan dan kebenarannya dalam proses analisi. Analisis dilakukan secara *continue* dari awal sampai akhir penelitian.³⁸

³⁸ A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: UI Press, 1992)

H. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam proses ini, peneliti menguji keabsahan data sampai pada hasil validitas yang merupakan ketepatan antara realitas yang terjadi di lapangan pada objek penelitian dengan data yang diperoleh dan dilaporkan oleh peneliti. Sehingga data yang ditulis dapat dibuktikan dengan uji confirmability dalam metode kualitatif, dan akhirnya menjadi data yang valid.

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan dua data yang valid berdasarkan hasil yang telah didapat. Kevalidan data yang diperoleh peneliti merupakan hasil dari penelitian dan keabsahannya dibuktikan dengan melakukan uji penelitian pada data yang diperoleh dan dimiliki oleh peneliti. Dalam pendekatan kualitatif menjelaskan bahwa pemeriksaan keabsahan data biasa disebut sebagai uji kemampuan atau dalam bahasa Inggris disebut *confirmability*. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan peneliti untuk penelitian ini ialah :

1. Perpanjangan Pengamatan

Hal ini dilakukan peneliti untuk peningkatan derajat kepercayaan data yang telah dikumpulkan³⁹. Perpanjangan pengamatan dilakukan peneliti dengan melakukan peninjauan kembali ke lapangan, dengan maksud untuk meninjau kebenaran data yang di dapat dengan realita dilapangan. Tehknik ini juga menjadikan peneliti mendapatkan data yang lebih mendalam dan akurat, karena peninjauan ulang yang telah dilakukan. Selain itu, peneliti kembali melakukan pengamatan yang lebih luas serta mendalam agar diperoleh data yang pasti⁴⁰.

³⁹ Lexy Moleong, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002), 248

⁴⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2008), Cet. 6, 271.

2. Triangulasi

Triangulasi dilakukan untuk menguji suatu data dan berbagai sumber data yang diperoleh peneliti, dengan membandingkan data-data lain yang di dapat dari berbagai sumber. Maka terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu⁴¹. Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan triangulasi sumber data, yang artinya peneliti menghimpun data dari berbagai sumber yang berbeda dan dapat menghasilkan suatu data yang lebih akurat. Peneliti membandingkan data dengan cara membandingkan data hasil wawancara dengan berbagai narasumber yang dalam hal ini pengusaha toko kelontong, sebagai hasil pertimbangan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

\

⁴¹ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2008), Cet. 6, 273.

BAB IV

STRATEGI *SURVIVE* PEDAGANG TOKO KELONTONG PADA MASA PANDEMI COVID19 DI DESA KALIMATI KECAMATAN TARIK SIDOARJO

A. Profil Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo



Gambar 4.1

Kantor Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Desa Kalimati yang bertepatan di Kecamatan Tarik merupakan wilayah didaerah Kabupaten Sidoarjo, yang terletak di wilayah paling selatan sisi barat pada Kabupaten Sidoarjo. Desa ini merupakan wilayah yang sebagian besar penduduknya mempunyai mata pencaharian sebagai buruh dan petani, kerana lokasi Kecamatan Tarik ini sebagian besar adalah sawah. Berdasarkan batas wilayah pada sebelah Utara Desa kalimati yakni Desa Gempolklutuk Kecamatan Tarik, pada arah Barat terdapat Desa Banjarwungu Kecamatan Tarik, pada arah Timur terdapat Desa Kedungwonokerto Kecamatan Prambon, dan pada arah Selatan terdapat Desa Kantingsari Kecamatan Tarik.

Ditinjau berdasarkan luas wilayah Desa Kalimati memiliki luas wilayah sebesar 108,84 Ha secara rinciannya yakni:

Tabel 4.1**Luas Wilayah**

NO	Jenis Demografi	Jumlah
1.	Luas Wilayah	3606 Ha
2.	Ketinggian	± 320m diatas permukaan laut

Sumber : Wawancara dengan Pak Siswadi (Kaur Pemerintahan Desa Kalimati)

Lahan di Desa Kalimati sebagian yakni berupa sawah yang dimanfaatkan warga sebagai sumber mata pencaharian, Desa Kalimati merupakan Desa padat penduduk yang memiliki tingkat kerukunan yang tinggi antar sesama.

1. Keadaan Demografi

Jumlah penduduk di Desa Kalimati sebanyak 5.527 jiwa, dengan jumlah kartu keluarga keseluruhan yakni 1.477 KK

Tabel 4.2**Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jumlah Penduduk	Jenis kelamin	
	Laki-laki	Perempuan
	2743 orang	2784 orang

Sumber : Pemerintah Desa Kalimati

Secara Demografi Desa Kalimati merupakan Desa dengan kepadatan penduduk tinggi, dengan memiliki 6 Dusun Dengan spesifikasi 13 Rt dan 2 Rw sebagaimana table berikut:

Tabel 4.3

Jumlah Toko Kelontong Berdasarkan Dusun di Desa Kalimati

NO.	RT	RW	Nama Dusun	Jumlah Toko Kelontong
1.	01-03	01	Dusun Centong	13 Toko
2.	04-05	01	Dusun Balong Gayam	9 Toko
3.	06-07	01	Dusun Pandean	8 Toko
4.	08-09	02	Dusu Tengahan	11 Toko
5.	10-12	02	Dusun Krajan	19 Toko
6.	13	02	Dusun Grengseng	4 Toko
Jumlah	13 RT	2 RW	6 Dusun	64 Toko

Sumber : Data Kecamatan Tarik Sidoarjo

Desa Kalimati memiliki beberapa Dusun yang masing-masing dusunnya terbagi dalam beberapa RT, Desa Kalimati juga dikenal dengan Desa yang guyub rukun.



Gambar 4.2

Wawancara dengan Pak Siswadi (Kaur Pemerintahan Desa Kalimati)

Sumber : Dokumentasi Peneliti

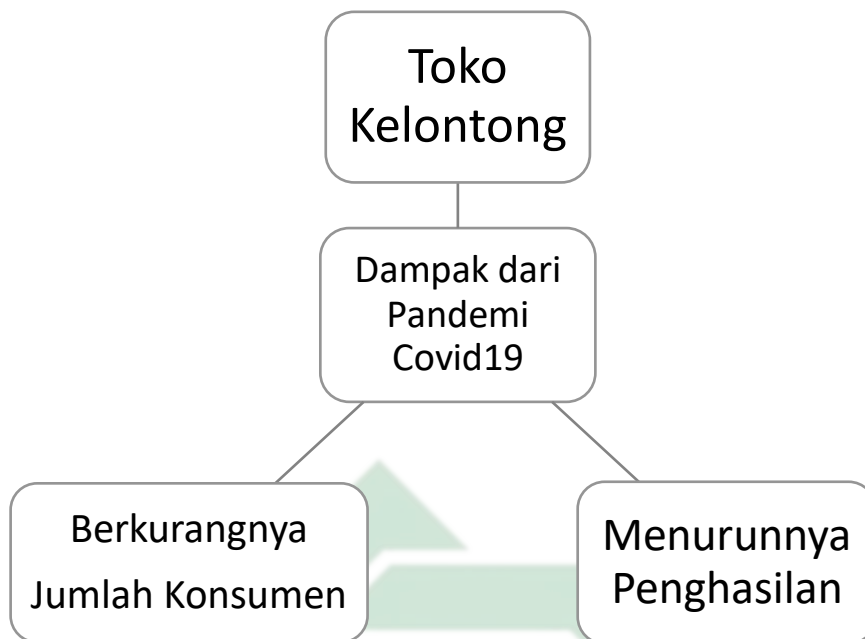
2. Kondisi Ekonomi

Penduduk Desa Kalimati masuk dalam beberapa klasifikasi pengelompokan kelas ekonomi, ada yang menengah kebawah, menengah keatas, dan lain sebagainya,

penduduk Desa Kalimati menggeluti jenis pekerjaan yang beragam salah satu mayoritasnya yakni sebagai buruh tani, hal ini dilatar belakangi oleh lahan di Desa Kalimati yang sebagian besarnya yakni sawah, hal tersebut dimanfaatkan oleh penduduk Desa Kalimati sebagai sumber pemenuhan kebutuhan sebagian masyarakat Desa Kalimati juga ada yang mendirikan usaha sendiri seperti toko kelontong, tercatat di Desa Kalimati secara keseluruhan terdapat 64 toko kelontong, toko kelontong ini tersebar di berbagai Desa dan Dusun di Desa Kalimati, toko kelontong merupakan jenis UMKM yang muda didirikan karena tidak membutuhkan modal yang besar dan dapat menjadi mata pencaharian yang menguntungkan.

B. Dampak Pandemi Covid19 bagi Pedagang Toko Kelontong di Desa Kalimati

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo, peneliti melihat bahwa toko kelontong di Desa tersebut relatif sepi. Bahkan banyak toko kelontong di Desa Kalimati yang tidak kedatangan pembeli satupun saat peneliti melewati beberapa toko. Kondisi toko kelontong di Desa tersebut saat siang sampai sore relative sepi dan sedikit orang yang berkunjung ke toko tersebut untuk sekedar belanja kebutuhan sehari-hari. Toko kelontong di Desa Kalimati terlihat memiliki lebih banyak pembeli saat pagi hari dan malam hari. Meskipun dari pengamatan peneliti, jumlah pembeli yang belanja di toko kelontong relatif lebih sedikit dari pada hari biasanya sebelum adanya pandemi covid19. Hal ini tentunya berdampak pada penghasilan usaha toko kelontong yang menurun drastic dikarenakan berkurangnya jumlah pembeli di toko kelontong tersebut.



Dampak pandemi bagi pengusaha toko kelontong yang paling terasa adalah pendapatan yang menurun drastis. Toko kelontong yang awalnya dapat diandalkan sebagai sumber penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup, kini menjadi beban yang harus dipertahankan. Pandemi membuat banyak toko kelontong mengalami kerugian yang cukup signifikan. Penghasilan yang semula berjumlah besar, kini hanya berjumlah setengah dari penghasilan biasanya. Bahkan ada yang kurang dari setengahnya.

Bedasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo, para pedagang toko atau pemilik toko kelontong mengalami kerugian yang cukup besar. Hingga berpengaruh pada keuangan yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Berikut ini adalah daftar pendapatan toko kelontong di Desa Kalimati:

Tabel 4.4

Data Penghasilan Toko Kelontong di Desa Kalimati

No.	Toko Kelontong	Pendapatan disaat Normal	Pendapatan disaat Pandemi
1.	Mbak Aprilia	± Rp 750.000 / hari	± Rp 700.000 / hari
2.	Bu Suwarni	± Rp 1.700.000 / hari	± Rp 800.000 / hari
3.	Bu Ismi	± Rp 600.000 / hari	± Rp 350.000 / hari
4.	Pak Samsoleh	± Rp 3.500.000 / hari	± Rp 2.000.000 / hari
5.	Bu Indah	± Rp 3.000.000 / hari	± Rp 2.600.000 / hari
6.	Pak Arifin	± Rp 500.000 / hari	± Rp 300.000 / hari

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Dapat dilihat pada tabel diatas, bahwa penghasilan toko kelontong mengalami penurunan yang cukup drastis dari pada sebelum adanya pandemi covid19. Berkurangnya minat masyarakat untuk belanja di toko kelontong menjadi penyebab utama dari menurunnya pendapatan usaha toko kelontong tiap harinya. Untuk itulah perlu adanya strategi untuk mempertahankan toko kelontong yang dijalankan, bersamaan dengan tanggungan kebutuhan hidup pengusaha toko kelontong itu sendiri. Selain itu, kualitas produk yang dijual juga harus diperhitungkan dengan matang. Mempertahankan dan menjaga produk yang dijual agar tidak melebihi batas pemakaian (*Expired*) merupakan tanggung jawab penuh pemilik usaha toko kelontong. Hal ini dilakukan tidak lain adalah untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen dan demi menjaga nama baik dan kepercayaan masyarakat terhadap toko kelontong tersebut.

“Sejak penghasilan menurun sejak pandemi, saya merasa kaget dengan menurunnya penghasilan sejauh itu. Jadi lumayan shock dan bingung harus gimana”⁴²

⁴² Bu Ismi, Wawancara oleh peneliti, 29 Februari 2022

Bu Ismi sebagai seorang yang memiliki usaha toko kelontong sejak tahun 2015 sempat shock dengan menurunnya pendapatan dari toko kelontong yang dikelolanya. Toko kelontong yang awalnya beliau andalkan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga, kini berkurang drastis dan kurang cukup memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari. Ekspresi yang dialami Bu Ismi merupakan ekspresi yang wajar, mengingat usaha toko kelontongnya belum 10 tahun berdiri. Sehingga Bu Ismi mendapat pengalaman baru dengan adanya pandemicovid19 ini, yang membuat Bu Ismi semakin mengerti algoritma perdagangan berdasarkan keadaan yang dialaminya saat ini. Akibat dari dampak pandemicovid19 yang membuat penghasilan toko kelontong Bu Ismi merosot, kini Bu Ismi harus berhemat dan bijak dalam menggunakan uang. Bukan berarti sebelumnya Bu Ismi mudah menghambur-hamburkan uangnya, namun beliau kini penuh perhitungan dalam menggunakan keuangannya. Hal ini dilakukan untuk menghindari membeli barang yang tidak perlu. Setidaknya hal ini dilakukan sampai keadaan kembali normal seperti semula.

“Toko didaerah sini kan juga banyak! dulu yang awalnya mulai turun sedikit karena persaingan dagang dengan toko lain, sekarang semakin turun karena covid ini”⁴³

Bu Suwarni juga memberikan keluhannya bahwa pendapatannya sebelum pandemi memang mulai menurun akibat persaingan antar toko kelontong yang semakin menjamur di Desa Kalimati. Dan kini penurunan penghasilan tersebut semakin terasa dengan adanya pandemicovid19, yang membuat masyarakat mulai jarang berbelanja di toko kelontong milik beliau. Bu Suwarni yang sudah menjalankan usaha toko kelontongnya menolak untuk menyerah dan pasrah dalam menghadapi perubahan yang terjadi pada toko kelontongnya akibat pandemicovid19. Bu Suwarni memiliki strateginya tersendiri untuk mempertahankan toko kelontongnya, agar pemasukan dan

⁴³ Bu Suwarni, Wawancara oleh peneliti, 29 Februari 2022

pengeluarannya dapat teratur dengan baik. .

“Sekarang ndak lagi ambil barang dari sales. Karena dari pengalaman saya, barang dari sales sering bermasalah. Lebih baik belanja sendiri meskipun harus pergi jauh ke Mojosari”⁴⁴

Bu Suwarni juga memberikan keluhannya kepada partner bisnisnya dalam berdagang, yakni sales. Bu Suwarni mengaku tidak mau lagi mengambil barang dari sales, karena beliau ingin benar-benar memastikan kualitas produk yang dibelinya. Selain itu beliau bisa membeli jumlah barang yang akan dijual sesuka hati tanpa ada batas minimal pembelian. Karena bekerja sama dengan sales juga memiliki batas minimal pembelian untuk setiap produk yang beliau beli. Dengan kondisi pandemi covid19 yang membuat penghasilan di toko kelontongnya merosot, Bu Suwarni menolak dan berhenti bekerja sama dengan sales. Selain karena ada batas minimal pembelian, Bu Suwarni tidak mau manajemen stock barang yang dijualnya diatur oleh sales. Beliau ingin bebas membeli barang dengan jumlah secukupnya, agar pengeluaran yang dikeluarkan oleh beliau lebih efisien.

Pelaku usaha toko kelontong di Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo yang lain kurang lebih mengalami hal yang sama seperti yang dirasakan Bu Ismi dan Bu Suwarni, yakni mengalami penurunan jumlah penghasilan yang cukup drastic dibandingkan dengan hari biasanya. Untuk itulah pelaku usaha toko kelontong di Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo perlu adanya strategi untuk menghadapi situasi genting ini.

C. Strategi *Survive* yang dilakukan Pedagang Toko Kelontong

Sebagai seorang yang berdagang, pemilik toko kelontong memahami plus minus dari membuka toko dirumah. Kelebihan yang utama adalah pekerjaan yang bisa

⁴⁴ Bu Suwarni, Wawancara oleh peneliti, 29 Februari 2022

dilakukan dirumah dan dikelola secara pribadi, namun kekurangannya usaha toko itu pasti akan mengalami pasang surut. Terkadang toko tersebut ramai pembeli, tapi terkadang toko juga sepi pembeli. Keuangan serta nasib dari toko bergantung pada pembeli setiap harinya. Karena itulah pemilik toko kelontong harus melakukan tindakan bila ingin toko yang dijalankannya tetap berjalan.

Namun, dengan tersebarnya wabah covid19 di Indonesia semenjak tahun 2020 kemarin membuat pemilik usaha mengalami kerugian. Hal tersebut disebabkan karena kekhawatiran masyarakat terhadap penularan virus covid19 itu sendiri. Sehingga masyarakat yang dulu bebas berbelanja dimarket manapun, kini mulai memilah tempat mereka untuk berbelanja. Hal ini membuat pengusaha toko kelontong mengambil tindakan untuk menarik perhatian konsumen. Strategi *survive* untuk mempertahankan toko kelontong sangat dibutuhkan agar toko yang didirikan tidak mengalami penutupan usaha.

Banyak cerita menarik yang peneliti temukan saat mewawancarai pemilik toko kelontong di Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo. Ternyata toko kelontong yang berdiri tidak hanya berumur 4 sampai 5 tahun, tetapi ada yang sampai puluhan tahun bahkan diteruskan pada anak dan cucunya. Selain itu ada juga beberapa toko kelontong yang ternyata berdiri disaat pandemi covid19. Tentunya toko kelontong tersebut memiliki strategi tersendiri untuk tetap mendapatkan pelanggan.

Banyak strategi yang dapat dilakukan oleh pedagang toko kelontong di Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo agar dapat menarik masyarakat untuk belanja di toko tersebut. Poinnya adalah bagaimana masyarakat tertarik belanja ke toko kelontong yang dimiliki. Yang artinya pelaku usaha toko kelontong harus bisa memberikan kenyamanan kepada konsumen. Dalam penelitian ini, peneliti membagi strategi tersebut dalam 2 macam, yakni: strategi berdagang dan strategi *survive*. Yang

pertama adalah “Strategi Berdagang”. Strategi berdagang yang dilakukan oleh pelaku usaha toko kelontong di Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo untuk membuat toko kelontongnya tetap eksis dan mempertahankan kualitas dari toko tersebut. Strateginya pun sangat beragam, tujuannya adalah untuk menjalankan usaha toko kelontongnya agar tetap laku dan mendapat banyak pembeli. Strateginya diantara lain, yakni:

1. Memberikan Pelayanan Extra pada Konsumen

Bu Suwarni yang sudah menjalankan bisnis toko kelontong lebih dari 10 tahun menyadari betapa pentingnya pelayanan untuk konsumen. Pelayanan yang diberikan untuk masyarakat atau pembeli harus diusahakan secara maksimal. Jika mampu untuk melakukan hal tersebut, maka lakukanlah. Seperti tindakan beliau untuk membeli motor tossa, dari hasil tabungan toko kelontongnya selama ini.

“Alhamdulillah bisa beli motor tossa buat angkut LPG & Galon, meskipun bekas. Tapi itu berguna sekali, udah dari setahun yang lalu pas covid lagi naik-naik. Beli motor itu sekarang bisa ngelayani banyak rumah-rumah & warung yang beli, karena sudah ada transportasinya”⁴⁵.

Dengan adanya transportasi pendukung untuk membantu usaha toko kelontong Bu Suwarni, pelayanan terhadap konsumen atau pembeli bisa lebih ditingkatkan. Bu Suwarni tidak hanya memberikan inovasi untuk pelayanan tokonya, tapi juga memberikan kenyamanan extra kepada para pelangganya. Bu Suwarni bisa mengantarkan barang yang dipesan oleh pembeli meskipun rumahnya sangat jauh. Karena beliau juga memberikan pelayanan ekstra berupa pesanan melalui kontak WhatsApp. Sehingga pembeli hanya perlu menyebutkan barang apa saja yang ingin dibeli dan beliau akan segera

⁴⁵ Bu Suwarni, Wawancara oleh peneliti, 20 Januari 2022

mengantarkannya ke rumah. Bahkan pembeli baru pun juga bisa order ke beliau, dengan memberikan alamat lengkapnya.

Dengan begitu usaha toko kelontong Bu Suwarni bisa dikatakan tidak memiliki celah. Beliau mempunyai inisiatif untuk menghadirkan transportasi yang berguna untuk mengirimkan barang yang dibeli pembeli dan langsung diantarkan kerumahnya. Bu Suwarni bahkan mengaku dengan pelayanan ekstra yang beliau lakukan ini dapat menambah keuntungan dari toko kelontong perharinya menambah sekitar 10%. Tentunya hal ini sangat menggemberikan dan membuat beliau puas dengan hasil jerih payah dan pengorbanannya yang bukan main.

2. Manajemen Toko yang Baik

Strategi ini dilakukan oleh Bu Ismi dalam menjalankan toko kelontongnya disaat pandemi. Bu Ismi mengaku pernah mengalami kerugian akibat produk yang dijualnya melewati batas *Expired* atau kadaluwarsa. Sehingga Bu Ismi terpaksa harus membuat produk tersebut.

“Pernah sampe barangnya lewat masa pakai. Akhirnya ya dibuang, mau gimana lagi? Ada bumbu masak seperti masako itu kurang sedikit lagi masa pakainya. Dari pada nggak terpakai & mubazir, saya terpaksa konsumsi sendiri”⁴⁶.

Bu Ismi juga mengaku bahwa setelah mengetahui ada produknya yang kadaluwarsa akibat sepinya toko, Bu Ismi mengecek setiap barang di tokonya untuk memastikan kelayakan produk yang dijualnya. Dan ternyata memang ada beberapa produk yang masa pakainya hamper habis, dan itu membuat Bu Ismi terpaksa memutuskan untuk mengkonsumsi sendiri barang yang sudah hamper habis masa pakainya tersebut dari pada dibuang.

⁴⁶ Bu Ismi, Wawancara oleh peneliti, 20 Januari 2022

Namun perjuangan Bu Ismi tidak berhenti sampai disini. Bu Ismi mendapat tawaran dari sales yang menawarkan beberapa produk makanan dan bumbu masakan kepada Bu Ismi. Penawaran tersebut tidak hanya sebatas tawaran barang saja, melainkan memberikan pelayanan berupa “Retur”. Dengan pelayanan tersebut memungkinkan Bu Ismi untuk meretur barang yang dibelinya namun sudah kadaluwarsa. Sales tersebut memberikan pelayanan untuk mengembalikan barang yang sudah tidak layak pakai tersebut. Meskipun dengan syarat Bu Ismi harus order cukup banyak. Karena itu merupakan syarat agar mendapat pelayanan Retur dari sales tersebut.

“Kalau ada barang yang lewat expired bisa diretur. Enaknya order di sales itu. Ya meskipun harus beli banyak, tapi seenggaknya barang disini kualitasnya tetap terjaga. Lagi pula minimal ordernya saya masih sanggup beli”⁴⁷.

Bu Ismi mengaku merasa nyaman bekerja sama dengan sales. Karena selain lebih simple karena untuk mengisi ulang stock produk yang kosong beliau tidak perlu ke pasar atau pergi ke toko besar untuk membeli barang karena tinggal pesan barang pada sales, beliau tidak perlu risau akan produknya yang habis masa pakainya. Karena produk tersebut dapat ditukar atau dikembalikan kepada sales tersebut. Hal ini merupakan cara yang cerdas yang dilakukan oleh Bu Ismi untuk mengurangi pengeluaran, dan membuat pengeluaran biaya yang dikeluarkannya untuk toko kelontong menjadi lebih terjangkau.

⁴⁷ Bu Ismi, Wawancara oleh peneliti, 20 Januari 2022



Gambar 4.3

Toko Kelontong milik Bu Ismi di Dusun Pandean

Sumber : Dokumentasi Peneliti

“Ada barang yang memang sengaja saya order melalui online. Kaya sisir dan lampu. Saya belinya di Lazada. Lumayan harganya lebih murah, bisa lebih hemat”⁴⁸.

Strategi Bu Ismi tidak berhenti sampai disini. Demi menghemat keuangan dan meminimalisir pengeluaran, beliau melakukan langkah cerdas dengan membeli produk melalui online. Mengingat harga barang di online shop relatif lebih murah dan lebih banyak variasinya, Bu Ismi membeli produk dari situ dan dijual kembali ke tokonya. Meskipun kekurangannya terletak di pengirimannya yang terkadang lama. Tapi sejauh ini, Bu Ismi mengaku tidak ada kendala saat barang diterima. Barang yang datang tetap aman. Selain itu, Bu Ismi berpendapat bahwa masyarakat Desa Kalimati masih awam dengan jual beli online. Sehingga beliau memanfaatkan hal ini untuk membuat produknya lebih variatif.

Strategi yang dilakukan Bu Ismi ini memang tidak ditujukan untuk menambah keuntungan, namun dengan strategi Bu Ismi bisa lebih mengatur keuangannya dan menjaga agar toko kelontongnya bisa tetap berjalan dengan modal pengeluaran yang lebih sedikit dari pada biasanya.

⁴⁸ Bu Ismi, Wawancara oleh peneliti, 20 Januari 2022

3. Memasarkan Toko Melalui Online

Dizaman modern ini yang tidak bisa lepas dari yang namanya internet, pelaku usaha toko kelontong juga harus memikirkan bagaimana cara agar tokonya bisa tetap banyak pembeli. Jika anjuran pemerintah yang mengharuskan seluruh masyarakat untuk *stay* dirumah dan tidak bisa atau jarang pergi keluar untuk belanja di toko kelontong, lalu kenapa tidak pemilik usaha toko kelontong saja yang menawarkan produknya kepada pembeli. Dengan melalui media sosial, pelaku usaha toko kelontong bisa menawarkan produk yang dijualnya kepada siapapun. Terutama bila dalam sosial media tersebut terdapat grup chat, sehingga mempermudah pemilik usaha untuk menawarkan produk yang dijualnya.

Disaat peneliti meneliti beberapa toko kelontong di Kecamatan Tarik Sidoarjo, peneliti juga menemukan sebuah toko kelontong yang baru dibuka sejak tahun 2021 lalu, bahkan umur toko tersebut belum satu tahun lamanya. Toko kelontong tersebut dimiliki oleh seorang wanita bernama Mbak Aprilia. Beliau adalah wanita yang berumur 26 tahun, dan sudah berumah tangga menjadi ibu anak satu. Melihat kondisi lingkungan yang tidak memungkinkan untuk memulai suatu usaha yang baru, Mbak Aprilia memiliki caranya sendiri untuk dapat menjalankan usaha toko kelontongnya.

“Selain jualan ditoko, saya juga jual secara online. Saya tawarkan ke grup whatsapp biar orang-orang mudah beli disini. Grup Whatsappnya itu ya grup kampung, grup untuk orang tua dari sekolah anak saya, dan grup pos yandu”⁴⁹.

Mbak Aprilia yang masih termasuk muda, bisa memanfaatkan teknologi dan mengikuti perkembangana zaman yang saat ini semakin maju.

⁴⁹ Mbak Aprilia, Wawancara oleh peneliti, 20 Januari 2022

Mbak Aprilia memberikan pelayanan kepada konsumen toko kelontongnya untuk membeli atau memesan produk melalui sosial media, yakni WhatsApp. Hal ini tentu membuat usaha toko kelontong Mbak Aprilia dapat tetap laku dan mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya melalui media teknologi tersebut. Meskipun awalnya Mbak Aprilia mengaku sering mengalami penurunan penghasilan di beberapa hari, namun dengan adanya pelayanan secara online ini membuat penurunan penghasilan toko kelontong milik Mbak Aprilia tidak begitu signifikan. Bahkan terkadang jumlah pendapatannya naik sekitar 5% berkat pelayanan onlinenya yang memudahkan masyarakat untuk membeli barang di toko tersebut.

Meskipun strategi Mbak Aprilia ini terkesan sama dengan strategi yang dilakukan oleh Bu Suwarni, namun perbedaannya terletak pada penggunaan media sosial itu sendiri. Bu Suwarni menggunakan media whatsapp hanya sebatas untuk menerima order atau pesanan yang masuk, namun beliau masih lebih sering melayani pembeli secara langsung. Yang artinya pembeli tersebut memesan langsung ke toko. Berbeda dengan Mbak Aprilia yang dari awal beliau memang memasarkan dan menawarkan produk yang dijual di toko kelontongnya di grup-grup WhatsApp, sehingga Mbak Aprilia tidak hanya menerima orderan dari konsumen yang sudah langgan, namun beliau juga bisa lebih cepat mendapatkan konsumen baru.



Gambar 4.4

Toko Kelontong milik Mbak Aprilia di Dusun Balong Gayam

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Selain Mbak Aprilia, ada pemilik toko kelontong lain yang mempunyai strategi yang hampir sama dengan Mbak Aprilia. Bahkan cenderung lebih maju, karena tidak hanya sekedar menawarkan melalui media sosial saja, namun juga menjual melalui online shop.

Toko kelontong tersebut milik Pak Samsoleh. Beliau adalah seorang pria berumur 47 tahun, yang sudah menjalankan usaha toko kelontongnya dari tahun 2005. Toko kelontong yang dimiliki Pak Samsoleh ini terkesan berbeda karena sebagian besar produk di tokonya khusus menjual jajanan serta aneka makanan dan minuman instan. Usaha toko kelontong Pak Samsoleh ini sudah berjalan cukup lama, dan mendapat penghasilan yang lumayan tinggi untuk seorang pengusaha toko kelontong. Yakni 3 sampai 4 juta perharinya. Berkat relasi dan banyaknya hubungan bisnis yang dimiliki Pak Samsoleh, membuat toko kelontongnya dapat menjual produk yang relative lebih murah dibanding toko kelontong lainnya. Bahkan Pak Samsoleh mengaku toko kelontong di Desa Kalimati sebagian besar order jajanan dan mie instan kepada beliau, berkat harganya yang relatif lebih murah. Namun karena wabah covid19 yang menyebar sejak akhir 2019 lalu membuat usaha toko kelontong Pak Samsoleh

mengalami penurunan pendapatan.

“Ya dulu biasanya sehari bisa dapat 3 sampai 4 juta, sekarang mentok cuma 2 juta setengah. Orderan mulai seret. Jadi saya ada inisiatif untuk jual lewat aplikasi online shop Tokoko”⁵⁰.

Pak Samsoleh mendapat ide untuk menjual melalui online shop di aplikasi Tokoko. Beliau juga menjual semua produk yang dijualnya ditoko ke online shop tersebut. Nama toko di aplikasi Tokoko milik Pak Samsoleh ini bernama UD.Samluhur. Dari penjualan produk lewat online shop tersebut, Pak Samsoleh mendapat keuntungan kurang lebih sebesar 3 juta lebih perminggunya. Karena pengiriman melalui aplikasi Tokoko ini hanya berjalan 2 kali dalam seminggu. Ide cemerlang yang dilakukan Pak Samsoleh ini tentunya membuahkan hasil yang manis. Meskipun umur beliau sudah termasuk tua, namun bukan menjadi halangan bagi beliau untuk tetap mengikuti kemajuan teknologi di zaman sekarang. Pentingnya pengetahuan soal jual beli online sangat penting di era modern ini. Kerja keras dan hasil usaha tersebutlah yang membuat pak Samsoleh mendapatkan penghasilan tambahan selain dari toko kelontong yang dijalkannya.

4. Menjaga Kualitas Produk dan Kebersihan Produk

Menjaga keberihan produk yang dijual ditoko kelontong memang merupakan hal yang sepelea, bahkan cenderung dilupakan. Hal ini dikarenakan masi banyak pedagang atau pengusaha toko kelontong yang kurang peduli pada hal ini, dikarenakan hanya dengan memberikan harga yang murah, itu cukup untuk menarik pembeli. Padahal tidak sesederhana itu. Ada masyarakat desa kalimati yang memberikan pendapatnya mengenai kekurangan dari toko

⁵⁰ Pak Samsoleh, Wawancara oleh peneliti, 20 Januari 2022

kelontong.



Gambar 4.5

Wawancara dengan Bu Endang, Masyarakat Kecamatan Tarik Sidoarjo

Sumber : Dokumentasi Peneliti

“Sebenarnya lebih nyaman belanja di Indomaret. Yang dikhawatirkan kalau belanja ditoko kecil itu kan tempatnya kumuh dan kurang bersih, jadinya banyak produk yang kotor. Saya pernah beli beras satu karung, tapi karungnya banyak debu. Penjualnya bilang yang penting isinya nggak kotor, tapi siapa yang tau beras yang didalam itu masih bersih atau ikut kotor?”⁵¹.

Salah satu masyarakat Desa Kalimati, yakni Bu Endang. Mengaku bahwa beliau memiliki rasa khawatir bila berbelanja di toko kecil atau toko kelontong. Selain karna kualitas produk yang belum tentu sebgus produk dari mini market modern, factor kebersihan dari tempat yang didatangi untuk berbelanja sangatlah berpengaruh bagi kenyamanan konsumen dalam berbelanja. Toko kelontong kini tidak bisa hanya mengandalkan harga murah semata, tetapi melupakan faktor penting dalam usaha jual beli adalah kebersihan. Bu Endang adalah perwakilan dari masyarakat Desa Kalimati yang memberikan suaranya tentang kebersihan toko kelontong yang dirasa kurang.

Namun bukan berarti semua toko kelontong meremehkan kebersihan, seperti yang dilakukan oleh Mbak Aprilia, beliau menjaga produk dan tokonya untuk tetap bersih, sehingga masyarakat atau pembeli yang datang ketokonya

⁵¹ Bu Endang, Wawancara oleh peneliti, 29 Februari 2022

untuk berbelanja, bisa mendapatkan kenyamanan.

“Untuk pengiriman saya kirim sendiri pakai sepeda motor. Itu gratis, soalnya kan yang beli rumahnya nggak jauh-jauh. Dan sebelum dikirim biasanya saya lihat dulu barangnya, kalau kelihatan kotor saya bersihkan dulu. Biar barang yang dibeli kelihatan layak pakai, jangan sampai kotor banget. Namanya toko baru harus ada sedikit effort lebih. Kalau ndak gitu, tokonya nggak jalan”⁵².

Mbak Apriliya menyadari bahwa menjalankan usaha toko baru ditengah pandemi ini membutuhkan effort lebih seperti memberikan pelayanan kirim kerumah pembeli dan menjaga kebersihan produk yang dijual. Mbak Apriliya rela melakukan effort lebih seperti menjaga kelayakan produk demi terjaganya nilai yang akan ditanam pada masyarakat atau pembeli nantinya. Mbak Aprilia berharap bila usahanya dengan menjaga kebersihan produk dan toko kelontongnya, dapat menarik masyarakat untuk belanja ditokonya. .

“Saya selalu jaga expired barang yang saya jual. Kalau belanja saya selalu beli barang yang expired nya paling lama. Jadi tidak terlalu khawatir apabila ada barang yang lama lakunya”⁵³.

Sama halnya dengan Mbak Aprilia, Bu Suwarni juga melakukan hal yang sama. Bu Suwarna memiliki prinsip untuk tetap menjaga kualitas produk yang dijualnya. Beliau memiliki cara agar tidak terlalu mengkhawatirkan bila ada produk yang lama lakunya. Karena beliau sangat memperhitungkan untuk belanja produk dengan masa pakai yang lebih lama, sehingga itu akan memberikan rasa nyaman dan aman kepada beliau sebagai penjual dan juga kepada pembeli yang merasa aman barang yang dibelinya memiliki masa pakai yang cukup lama.

⁵² Mbak Apriliya, Wawancara oleh peneliti, 20 Januari 2022

⁵³ Bu Suwarni, Wawancara oleh peneliti, 20 Januari 2022

5. Membeli Stock Produk Secukupnya

Ada toko kelontong yang bertepatan di Dusun Grengseng, yang memiliki prinsip dan tingkat disiplin yang menurut peneliti sangatlah tinggi. Beliau adalah Bu Indah. Bu Indah ini sudah berumur 49 tahun dan memiliki usaha toko kelontong yang berasal dari turun-temurun Nenek dan Ibunya. Jadi toko kelontong Bu Indah ini sudah berdiri sekitar tahun 80an, yang dimana toko kelontong ini awalnya dimiliki oleh Nenek beliau lalu turunkan ke Ibunya, dan akhirnya diturunkan ke Bu Indah sendiri. Bu Indah sudah menjalankan toko kelontong sejak umur 29 tahun. Yang artinya beliau sudah sangat berpengalaman dalam menjalankan bisnis toko kelontongnya.

“Saya jam 2 pagi sudah harus bangun buat bersih-bersih toko dan kepasar buat belanja. Jam 3 pagi toko saya sudah buka, karena orang-orang dan tetangga disini banyak yang titip bahan makanan kaya sayur, buat masak sarapan nanti pagi. Tapi saya belinya tidak pernah banyak. Saya cukup beli barang yang orang-orang titipkan dan saya beli sedikit untuk stock di toko. Stock ditoko secukupnya saja, yang penting ada. Karena saya sehari belanjanya 2 kali. Pagi hari dan sore hari”⁵⁴.

Tindakan yang dilakukan Bu Indah disini sangatlah disiplin. Beliau memiliki strategi nya sendiri dalam mengelola toko. Baginya, stock itu tidak perlu terlalu banyak, dari pada tidak laku. Hal ini dilakukan juga demi meminimalisir kerugian saat membeli produk baru. Jika Bu Indah mencoba membeli produk baru seperti jajanan, beliau tidak akan belanja banyak karena memperhitungkan bila mana produk baru yang dibelanjakannya tidak laku. Selain itu untuk menutupi produk Bu Indah yang pasti cepat habis, beliau berbelanja 2 kali dalam sehari. Beliau rutin melakukan belanja untuk memenuhi kebutuhan toko kelontongnya mulai dari pagi dan sore hari.

⁵⁴ Bu Indah, Wawancara oleh peneliti, 20 Januari 2022



Gambar 4.6

Toko Kelong milik Bu Indah di Dusun Grengseng

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Tindakan Bu Indah dalam mengelola tokonya patut dicungi jempol. Kedisiplinan beliau harus bisa menjadi contoh tauladan bagi pengusaha toko kelontong yang lainnya. Dengan strategi yang dilakukan oleh Bu Indah ini, beliau terbukti tidak mengalami kerugian yang terlalu besar disbanding hari biasa. Penghasilan beliau yang awalnya 3 juta perhari, saat pandemi hanya turun paling mentok 2,6 juta (tidak sampai 50% penurunan penghasilannya). Hal ini dikarenakan pengeluaran Bu Indah diperhitungkan dengan sangat matang, sehingga penurunan penghasilan beliau tidak signifikan padagang toko kelontong lain di Desa Kalimati.

Strategi ini diakui Bu Indah turun temurun dari Ibunya. Beliau dulu juga heran bagaimana bisa ibunya bangun sepagi itu lalu tiap hari bolak-balik pergi kepasar. Namun setelah beliau menjalankannya sendiri, Bu Indah merasakan manfaat dari strategi yang diajarkan oleh ibunya tersebut. Bahkan menurut peneliti, strategi berdagang yg dilakukan Bu Indah sangatlah disiplin.

Selanjutnya adalah strategi *survive* yang dilakukan oleh pedagang toko kelontong untuk memenuhi kebutuhan hidup, yang dalam hal ini adalah dalam hal keuangan. Bagaimana pedagang toko kelontong bertahan ditengah pandemi covid19 dengan keuangan yang menurun akibat pandemicovid19 ? Strateginya diantara lain, yakni:

1. Berhemat dan Bijak dalam Menggunakan Keuangan

Karena menurunnya penghasilan yang diakibatkan pandemi covid19, pelaku usaha toko kelontong harus lebih bijak dalam mengatur keuangan. Uang yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan sesuatu harus diperhitungkan dengan matang demi menekan angka pengeluaran.

“Lebih hemat pastinya. Penghasilan toko sejak pandemi kemarin turun sampai separuhnya. Jadi kalau pakai uang gak bisa sembarangan”⁵⁵.

Bu Ismi mengaku pengeluaran yang dikeluarkan oleh beliau mulai diperhitungkan matang-matang. Bahkan dalam membelanjakan produk untuk kebutuhan toko kelontongnya Bu Ismi harus melakukan cara lain untuk menghemat pengeluaran seperti bekerja sama dengan sales, yang dimana kerja sama tersebut Bu Ismi mendapat keuntungan dengan terjaminnya produk yang dijualnya karena tidak perlu takut rugi bila ada barang yang sudah habis masa pakainya. Dan juga Bu Ismi membeli beberapa produk melalui online, yang membuat uang yang digunakan untuk belanja oleh beliau semakin minim sehingga Bu Ismi bisa menabung dan mengumpulkan uang sebanyak-banyaknya.

Peneliti berpendapat bahwa strategi *survive* Bu Ismi ini dapat terus dilakukan sampai seterusnya. Maksudnya, strategi cerdas dari Bu Ismi ini juga bisa dilakukan terus menerus meskipun pandemicovid19 sudah usai. Justru

⁵⁵ Bu Ismi, Wawancara oleh peneliti, 20 Januari 2022

bila pandemi covid19 sudah usai dan keadaan kembali seperti semula, Bu Ismi bisa mendapat keuntungan yang lebih banyak dari pada biasanya.

Tidak jauh berbeda dengan Bu Ismi, Bu Suwarni pun juga mengaku memperhitungkan pengeluaran tiap harinya. Bu Suwarni yang membeli sebuah motor tossa untuk menjadi transportasi pendukung bagi toko kelontongnya, memiliki perencanaan yang matang dan tidak sembarangan.

“Beli motor tossa itu nggak asal beli. Saya dan suami saya ngitung keuntungan dan pengeluaran seperti bensin buat kedepannya bila pakai transportasi tersebut. Awalnya berencana membeli motor tossa yang baru, tapi lihat harganya yang lumayan mahal akhirnya beli yang second saja. Yang penting transportasinya ada. Pake uang sekarang harus dipikirin teliti”⁵⁶.

Bu Suwarni juga menjelaskan bahwa pengeluaran yang dikeluarkan oleh suatu pengusaha semenjak pandemi covid19 harus dipikirkan secara matang. Bu Suwarni berpendapat bahwa bijaknya mengatur keuangan sangat diperlukan bagi setiap pelaku usaha di masa pandemi covid19. Karena selain mengalami kerugian pada usaha yang dijalankan, Bu Suwarni berpendapat bahwa pengeluaran yang berlebihan akan membuat usaha semakin merosot. Pemilik atau pelaku usaha harus menjaga modal yang dimiliki sebaik-baiknya dan dipergunakan dengan bijak.

2. Memiliki Pekerjaan Sampingan

Ada sebuah toko kelontong di Dusun Krajan Desa Kalimati, yang dimana pemilik toko tersebut memiliki pekerjaan sampingan sebagai kurir pengantar paket di Expedisi Tiki. Beliau bernama Pak Arifin. Pak Arifin ini adalah seorang pengusaha toko kelontong yang sudah berusia 48 tahun. Beliau menggeluti pekerjaan sebagai kurir pengantar paket di Expedisi Tiki sudah 14

⁵⁶ Bu Suwarni, Wawancara oleh peneliti, 20 Januari 2022

tahun lamanya, lebih tepatnya sebelum toko kelontongnya ada. Pak Arifin bekerja cukup lama di Ekspedisi Tiki dan dari penghasilan tersebutlah Pak Arifin memiliki modal untuk membuka usaha Toko Kelontong. Dan awalnya usaha toko tersebut lancar dan menghasilkan penghasilan tambahan yang cukup signifikan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Namun karena adanya pandemi covid19 yang membuat penghasilan dari toko kelontongnya tersebut tidak sebanyak seperti biasanya. Mengingat Dusun Krajan tercatat sebagai Dusun dengan toko kelontong paling banyak dari Dusun yang lain di Desa Kalimati, maka persaingan antar toko kelontong juga semakin ketat. Namun Pak Arifin tidak terlalu mempermasalahkan hal tersebut, karena beliau memiliki pekerjaan sampingan sebagai kurir pengantar barang di Ekspedisi Tiki.



Gambar 4.7

Wawancara dengan Arifin pemilik Toko Kelontong di Dusun Krajan

Sumber : Dokumentasi Peneliti

“Kerja jadi kurir di Ekspedisi Tiki, Alhamdulillah dapat pemasukan atau gaji yang lumayan 2,5 juta. Ditambah istri saya yang bekerja sebagai guru TK juga bantu keuangan keluarga. Toko kelontong ini sebagai pemasukan tambahan. Saya dan istri saya gentian jaga toko kalau lagi kerja”⁵⁷.

Pak Arifin menjelaskan bahwa dari pekerjaan beliau sebagai kurir di

⁵⁷ Pak Arifin, Wawancara oleh peneliti, 20 Januari 2022

Ekspedisi Tiki, dapat meraih gaji yang beliau rasa cukup untuk kebutuhan hidup keluarga. Ditambah istri beliau juga bekerja sebagai guru TK di salah satu sekolah di Desa Kalimati. Penghasilan di toko kelontong dianggap oleh Pak Arifin sebagai penghasilan tambahan. Yang artinya sebenarnya usaha toko kelontong miliknya lah yang dianggap sebagai usaha sampingan. Hal ini merupakan sesuatu yang wajar bagi peneliti, mengingat Dusun Krajan memiliki jumlah toko kelontong paling banyak dari Dusun yang lain, total jumlah tokonya berjumlah 19 toko dari catatan data pemerintah kecamatan tarik Sidoarjo.

Tindakan yang dilakukan oleh Pak Arifin ini sejalan dengan pendapat salah satu masyarakat di Desa Kalimati. Beliau bernama Pak Joko. Pak Joko berpendapat bawasannya usaha toko kelontong tidak bisa dijadikan sebagai usaha dagang utama yang dapat diandalkan. Yang artinya eksistensi toko kelontong ini semakin naik, dan membuat persaingan antar toko kelontong semakin ketat.



Gambar 4.8

Wawancara dengan Pak Joko, Masyarakat di Desa Kalimati

Sumber : Dokumentasi Peneliti

“Toko kecil seperti itu dizaman sekarang ya hanya cocok jadi usaha sampingan, bukan usaha utama. Pihak yang punya toko harus punya alternative atau pekerjaan yang lebih memumpuni untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Kalau dulu memang bisa, Indomaret kan masih jarang. Sekarang Indomaret gampang dicari, dekat rumah

juga ada”⁵⁸

Pak Joko berpendapat bahwa usaha toko kelontong hanya layak menjadi usaha sampingan. Bukan menjadi usaha utama yang menjadi andalan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Jika dulu, peluang untuk mendapatkan penghasilan yang didapat dari toko kelontong memang cukup untuk memenuhi kebutuhan, ditambah mini market modern masih sedikit dan hanya bertempatan di wilayah yang strategis. Sehingga usaha toko kelontong yang letaknya berada di sekitar rumah masyarakat, sangat memudahkan masyarakat untuk berbelanja tanpa harus jauh-jauh ke mini market.

Tetapi saat ini mini market modern sudah banyak berdiri di sekitar wilayah masyarakat. Ditambah mini market modern tersebut memberikan banyak pilihan produk yang diperjualkan serta banyaknya diskon dan member poin untuk mendapatkan harga yang lebih murah. Membuat masyarakat lebih mudah dan fleksibel dalam memilih toko untuk berbelanja. Dan hal itu menjadi alasan utama toko kelontong susah untuk berkembang karna persaingan semakin ketat.



Gambar 4.9

Toko Kelontong milik Pak Arifin di Dusun Krajan

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Karena itulah Pak Arifin mengaku tidak terlalu shock dengan kondisi

⁵⁸ Pak Joko, Wawancara oleh peneliti, 29 Februari 2022

pandemi yang membuat toko kelontongnya menjadi sepi. Karena sejak awal Pak Arifin memang menjadikan toko kelontong sebagai sarana atau usaha untuk mendapatkan penghasilan lebih. Sehingga dalam keuangan, Alhamdulillah Pak Arifin masih memiliki pekerjaan yang dapat diandalkan.

3. Bertahan dengan Uang Tabungan

Pelaku usaha toko kelontong di Desa Kalimati juga mengandalkan uang tabungannya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Pak Samsoleh adalah orang tersebut. Pak Samsoleh tidak bisa hanya mengandalkan penghasilan dari toko kelontongnya saja. Turunnya pendapatan beliau juga berpengaruh signifikan terhadap ekonomi keluarga beliau. Pak Samsoleh mengaku punya tanggungan hutang di Bank (BRI) sekitar 200 juta rupiah, dan iurannya harus dibayar tiap bulannya. Demi menjaga penghasilan toko kelontong yang dimilikinya agar tidak terganggu oleh kebutuhan hidup keluarganya, Pak Samsoleh menggunakan uang tabungannya selama pandemi untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga.



Gambar 4.10

Toko Kelontong milik Pak Samsoleh di Dusun Centong

Sumber : Dokumentasi Peneliti

“Sejak penghasilan turun itu saya putuskan pakai uang tabungan. Tujuannya biar penghasilan dari toko bisa disimpan dan

tidak dipakai kalau tidak benar-benar penting. Saya ada tabungan skitar 20 – 30 juta, cuma sekarang sudah habis. Alhamdulillah sekarang kondisinya sudah membaik.”⁵⁹

Pak Samsoleh mengungkapkan bahwa beliau memiliki tabungan sebesar 20 – 30 juta rupiah yang digunakannya sebagai pengeluaran kebutuhan sehari-hari selama pandemi. Bahkan beliau mengakui uang tabungannya kini sudah habis karena banyaknya kebutuhan yang ditanggung oleh beliau, seperti biaya sekolah dan kuliah anak-anaknya. Namun, dengan membaiknya kondisi lingkungan saat ini di tahun 2022 membuat Pak Samsoleh bersyukur karena penghasilan beliau kembali naik sedikit demi sedikit. Pak Samsoleh bersyukur karena pandemi usai disaat uang tabungan beliau sudah habis dan kini hanya bisa fokus pada penghasilan dari toko kelontongnya. Ditambah dengan penjualan dan pemasaran produk yang dijual beliau melalui aplikasi online shop, membuat penghasilan Pak Samsoleh mendapat tambahan yang dapat membantu keuangan dan kebutuhan rumah tangga beliau.

4. Mendapat Bantuan Keuangan dari Pihak Keluarga

Disamping pelaku usaha toko kelontong yang bergantung pada penghasilan tokonya, ada beberapa pihak yang lebih beruntung. Karena memiliki tambahan kebutuhan hidup dari pihak keluarga. Seperti contoh Bu Indah yang merupakan pedagang toko kelontong di Dusun Grengseng Desa Kalimati, yang mendapat bantuan penghasilan dari Suaminya yang bekerja dipabrik.

⁵⁹ Pak Samsoleh, Wawancara oleh peneliti, 20 Februari 2022



Gambar 4.11

Wawancara dengan Bu Indah pemilik Toko Kelontong di Dusun Grengseng

Sumber : Dokumentasi Peneliti

“Selain penghasilan dari toko alhamdulillah suami saya juga bekerja di pabrik. Penghasilannya lumayan banyak sekitar 4 juta lebih. Ditambah anak saya yang pertama sudah kerja. Jadi tanggungan keluarga bisa lebih tercukupi”⁶⁰.

Bu Indah adalah orang yang cukup beruntung. Beliau mendapat bantuan keuangan dari suaminya yang bekerja di sebuah Pabrik. Penghasilannya pun cukup banyak, yakni diatas 4 juta rupiah. Hal ini tentunya membuat kebutuhan rumah tangga Bu Indah tidak hanya bergantung pada toko kelontong, melainkan juga dengan adanya tambahan penghasilan dari Suami beliau. Ditambah anak beliau yang pertama rupanya sudah bekerja disebuah bengkel yang terletak di wilayah Kecamatan Tarik Sidoarjo. Sehingga anak pertama Bu Indah sudah bisa mencari uang dan memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri. Hal tersebut tentunya sangat meringankan beban Bu Indah sebagai pelaku usaha dagang toko kelontong, yang dimana kebutuhan hidup keluarganya tidak hanya bergantung pada usaha toko kelontongnya saja.

Selain Bu Indah, Mbak Apriliya juga termasuk salah satu orang yang beruntung karena keuangannya Alhamdulillah tercukupi berkat suaminya yang juga bekerja menjadi buruh disebuah pabrik dengan penghasilan yang kurang

⁶⁰ Bu Indah, Wawancara oleh peneliti, 20 Januari 2022

lebih cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

D. Analisis dengan Teori Tindakan Sosial Max Weber

Dari hasil penelitian berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, peneliti menganalisis setiap strategi survive yang dilakukan oleh pedagang toko kelontong di Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo dengan menggunakan perspektif teori tindakan Max Weber. Teori tindakan ini dibagi menjadi 4 jenis tindakan, yaitu: **Tindakan Tradisional**, yaitu tindakan yang ditentukan oleh kebiasaan-kebiasaan yang sudah mengakar secara turun-temurun. **Tindakan Afektif**, merupakan tindakan yang ditentukan oleh kondisi-kondisi dan orientasi-orientasi emosional si aktor., **Rasionalitas Nilai**, yaitu tindakan rasional berdasarkan nilai, yang dilakukan untuk alasan-alasan dan tujuan-tujuan yang ada kaitanya dengan nilai-nilai yang diyakini secara personal tanpa memperhitungkan prospek-prospek yang ada kaitanya dengan berhasil atau gagalnya tindakan tersebut.⁶¹

Berikut adalah pembagian analisis toko kelontong di Desa Kalimati Kecamatan Tarik Sidoarjo dengan 4 teori tindakan Max Weber, yakni:

1. Rasionalitas Instrumental

Tindakan ini merupakan tindakan yang ditujukan pada pencapaian tujuan-tujuan yang secara rasional diperhitungkan dan diupayakan sendiri oleh aktor yang bersangkutan. Dalam Penelitian ini, toko kelontong yang termasuk dalam tindakan Rasionalitas Instrumental yang pertama ialah Toko Kelontong Bu Suwarni. Analisis tindakan Bu Suwarni dalam menjalankan usaha toko kelontongnya termasuk dalam tindakan Rasionalitas Instrumental, yang merupakan tindakan yang ditujukan pada pencapaian tujuan-tujuan yang secara

⁶¹ Bryan S. Turner, *Teori Sosial Dari Klasik Sampai Postmodern*, (Yogyakarta: PustakaPelajar, 2012), hal 115

rasional diperhitungkan dan diupayakan sendiri oleh aktor yang bersangkutan. Karena tindakan yang dilakukan oleh beliau berdasarkan ditunjukkan yang rasional dengan penuh perhitungan, seperti tindakan beliau untuk membeli motor tossa yang digunakan beliau untuk menjadi transportasi pendukung bagi toko kelontong miliknya. Tindakan tersebut tidak hanya dilakukan sebatas untuk mendapatkan uang saja, melainkan dengan penuh perhitungan. Perhitungan yang dimaksud disini adalah Bu Suwarni sebelum membeli motor tossa, beliau dan sang Suami berdiskusi dan memperhitungkan untung rugi sampai pengeluaran yang diperlukan jika memutuskan untuk menggunakan transportasi pendukung. Sehingga tindakan Bu Suwarni itu bukan tindakan yang dilakukan atas dasar emosional, melainkan dengan perhitungan dan perencanaan yang matang. Hal ini dilakukan atas dasar pemikiran yang rasional. Maksudnya, Bu Suwarni memberikan inovasi pada toko kelontongnya dengan tujuan untuk mendapatkan pelanggan yang lebih banyak dan bisa memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Dengan begitu beliau akhirnya mendapatkan banyak pelanggan, dan penghasilan dari toko kelontong Bu Surwani yang awalnya menurun akibat pandemicovid19, sedikit demi sedikit bisa kembali naik.

Selanjutnya adalah Toko Kelontong Mbak Aprila. Analisis strategi *survive* yang dilakukan Mbak Apriliya ini bisa termasuk dalam dua teori tindakan sosial Max Weber. Yang pertama adalah tindakan **Rasionalitas Instrumental** dan **Rasionalitas Nilai**. Yang pertama ini merupakan tindakan Rasionalitas Instrumental yang ditujukan pada pencapaian tujuan-tujuan secara rasional diperhitungkan dan diupayakan sendiri oleh aktor yang bersangkutan. Dalam hal ini, Mbak Apriliya melakukan tindakan dengan memasarkan produk secara online serta memberikan pelayanan ekstra dengan membuka pesanan melalui media

online dan pengiriman kerumah pembeli secara gratis. Mbak Apriliya sudah memperhitungkan bahwa usaha toko kelontongnya tidak bisa hanya mengandalkan banyaknya jumlah produk yang dijual dan harga murah saja, Mbak Apriliya memikirkan cara dan taktik yang lebih bagus untuk menarik konsumen agar mau membeli di toko kelontongnya. Salah satunya adalah dengan memasarkan produk dalam tokonya ke media sosial. Tindakan ini juga merupakan tindakan yang rasional dimana tindakan tersebut Mbak Aprilia lakukan demi mendapat banyak pelanggan dan bisa menambah penghasilan di toko kelontong tersebut tiap harinya.

Selain Mbak Aprilia, ada toko kelontong lain di Desa Kalimati yang memasarkan produknya melalui online. Toko kelontong tersebut milik Pak Samsoleh. Strategi *survive* yang dilakukan Pak Samsoleh ini jika dianalisis memiliki beberapa kesamaan dengan toko kelontong Mbak Aprilia yang memasarkan produknya melalui media sosial WhatsApp. Hanya bedanya Pak Samsoleh memasarkan produk toko kelontongnya (yang dalam hal ini adalah snack dan mie instan). Pak Samsoleh memasarkan toko kelontongnya di Aplikasi tersebut dengan nama UD.Samluhur yang dimana beliau mendapatkan order yang cukup banyak tiap minggunya dan mendapatkan keuntungan yang bisa menjadi tambahan penghasilan dari toko kelontong miliknya. Tindakan yang dilakukan oleh beliau ini tentunya menggunakan perhitungan yang detil dan dilakukan atas dasar tujuan yang rasional, yakni ingin mendapatkan pemasukan tambahan selain dari toko kelontong miliknya. Hal ini dilakukan oleh beliau untuk memenuhi kebutuhan hidup dan membayar tanggungan hutang yang dimilikinya.

Selanjutnya ada analisis strategi *survive* yang dilakukan oleh Bu Ismi ini termasuk dalam tindakan **Rasionalitas Instrumental**, yang merupakan tindakan

yang ditujukan pada pencapaian tujuan-tujuan yang secara rasional diperhitungkan dan diupayakan sendiri oleh aktor yang bersangkutan. Disini peran Bu Ismi adalah memikirkan bagaimana cara menghemat biaya pengeluaran yang digunakan untuk belanja mengisi stock produk di tokonya namun dengan biaya yang lebih murah dan juga dapat terjamin keamanannya, yang dalam hal ini adalah *expired* produk. Karena Bu Ismi juga khawatir pada produk yang sudah lama dijualnya sudah lewat batas pemakaian karena toko kelontongnya mengalami pengurangan jumlah pembeli akibat pandemicovid19. Akhirnya Bu Ismi memutuskan untuk bekerja sama dengan Sales, dengan tujuan agar *expired* produk yang dijualnya dapat terjaga dan tidak mengalami kerugian apabila produk tersebut sudah lewat batas pemakaian. Karena beliau bisa mengembalikan barang atau meretur barang yang sudah habis masa pakainya tersebut kepada sales untuk ditukar dengan barang baru. Selain itu, Bu Ismi juga memiliki trik tersendiri dengan membeli produk di online shop (Lazada) agar mendapat harga yang signifikan relative lebih murah dari pada membeli barang secara langsung di toko atau swalayan. Dengan memanfaatkan teknologi dan kemajuan dunia bisnis yang beliau lakukan, membuat pengeluaran beliau semakin sedikit. Sehingga beliau bisa menyimpan atau menabung uang hasil pendapatannya dari toko kelontong. Tindakan yang dilakukan Bu Ismi ini jelas memiliki perhitungan yang matang. Dengan meneliti untung dan rugi bekerjasama dengan sales dan order produk untuk stock barang yang dijualnya ditoko melalui online shop membuat beliau memiliki manajemen keuangan yang baik. Meskipun beliau awalnya mengaku shock dengan sepiunya pembeli dikala pandemicovid19 terjadi, beliau masih mau berusaha dan bangkit memikirkan strategi untuk membuat toko kelontongnya tetap eksis, serta keuangan yang dibutuhkan untuk keluarganya bisa tercukupi.

Selanjutnya ada Toko Kelontong Bu Indah. Melihat kedisiplinan dan usaha keras Bu Indah dalam mengelola toko kelontongnya, merupakan usaha yang tidak main-main. Bu Indah juga melakukan hal tersebut dengan banyak perhitungan seperti tidak berbelanja dengan jumlah yang banyak. Beliau belanja untuk memenuhi kebutuhan stock di toko kelontongnya dengan jumlah secukupnya. Karena beliau lebih memilih untuk menjual barang sedikit namun segera laku, dari pada menjual barang banyak namun lakunya sebentar. Belanja produk kebutuhan toko yang dilakukan oleh Bu Indah dilakukan atas dasar pemikiran yang rasional. Bu Indah tidak mau menyimpan stock barang yang terlalu banyak namun belum tentu produk tersebut laku, kecuali bila ada yang memesan. Dengan begitu Bu Indah tidak perlu khawatir apabila beliau mencoba membeli produk baru yang sedang ramai dipasaran seperti jajanan atau snack. Karena jumlah produk yang dimilikinya sedikit, Bu Indah tidak perlu terlalu risau mengalami kerugian yang besar.

Terakhir ada Toko Kelontong Pak Arifin. Meskipun usaha toko kelontong Pak Arifin hanya dianggap sebagai usaha untuk mendapatkan penghasilan tambahan, tindakan yang dilakukan oleh Pak Arifin ini juga termasuk dalam tindakan Raionalitas Instrumental. Karena dengan tindakan beliau yang memutuskan untuk membuka usaha toko kelontong, itu pastinya memiliki perhitungan tersendiri dengan harapan beliau mendapatkan pemasukan tambahan dari usaha toko kelontong tersebut. Suatu tindakan bisa dikatakan Raionalitas Instrumental apabila tindakan tersebut dilakukan dengan perhitungan dan bukan berdasarkan emosi serta tindakan yang dilakukannya berdasarkan atas alasan-alasan rasional, yang dalam hal ini adalah untuk mendapatkan penghasilan atau uang tambahan dari sebuah toko kelontong.

2. Tindakan Afektif

Ada salah satu pemilik toko kelontong dari hasil penelitian yang secara tidak sadar melakukan tindakan Afektif. Pemilik toko kelontong tersebut ialah Bu Ismi. Beliau secara tidak sadar sudah melakukan Tindakan Afektif dengan mengkonsumsi produk yang dijualnya agar tidak mengalami kerugian. Bu Ismi melakukan tindakan tersebut karena ada beberapa produk di tokonya yang sudah hampir habis masa pakai atau penggunaannya. Sehingga agar produk atau barang tersebut tidak terbuang percuma, Bu Ismi mengkonsumsi produk tersebut sebelum produk tersebut menjadi barang yang tidak bisa konsumsi lagi.

Tindakan Bu Ismi ini merupakan tindakan yang sesuai dengan Tindakan Afektif Max Weber, yang dimana tindakan ini ditentukan oleh kondisi-kondisi dan orientasi-orientasi emosional si aktor. Kondisi disini merujuk pada kondisi pandemi covid19 yang terjadi dan membuat toko kelontong Bu Ismi menjadi sepi, sehingga penghasilannya pun ikut menurun. Dari sepi nya pembeli inilah mengapa ada produk yang dijual ada yang sudah lewat masa penggunaannya. Bu Ismi khawatir dan risau bila barang yang sudah dibelinya terbuang sia-sia, sehingga beliau memutuskan untuk mengkonsumsi sendiri barang tersebut. Dan keputusan Bu Ismi untuk mengkonsumsi produk yang dimilikinya ini dilakukan atas dasar emosional beliau.

3. Rasionalitas Nilai

Tindakan ini termasuk dalam tindakan rasional yang berdasarkan nilai, yang dilakukan untuk alasan-alasan dan tujuan-tujuan yang ada kaitanya dengan nilai-nilai yang diyakini secara personal tanpa memperhitungkan

prospek-prospek yang ada kaitanya dengan berhasil atau gagalnya tindakan tersebut.

Dalam hal ini, ada salah satu tindakan yang dilakukan oleh Mbak Aprilia yang termasuk dalam tindakan Rasionalitas Nilai. Tindakan Mbak Aprilia dengan membersihkan produk yang dijualnya sebelum diberikan pada konsumen merupakan tindakan yang dilakukan atas dasar nilai-nilai yang tertanam pada masyarakat. Masyarakat Desa Kalimati meyakini bahwa kebersihan merupakan faktor yang sangat penting demi kenyamanan dan menjaga kepercayaan pembeli. Hal tersebutlah yang dilakukan oleh Mbak Aprilia. Beliau berharap dengan terjaminnya kebersihan tempat dan produk toko kelontongnya, dapat menjadikan toko kelontong Mbak Aprilia mempunyai nilai tersendiri dimata masyarakat serta menjadikan toko kelontongnya mendapatkan banyak pembeli.

4. Tindakan Tradisional

Dalam penelitian ini, ada 1 pelaku usaha toko kelontong yang strategi *survive*-nya termasuk dalam Tindakan Tradisional Max Weber. Pengusaha toko kelontong tersebut adalah Bu Indah. Tindakan yang dilakukan sebagai strategi *survive* Bu Indah ini juga termasuk dalam **Tindakan Tradisional**, yaitu tindakan yang ditentukan oleh kebiasaan-kebiasaan yang sudah mengakar secara turun-temurun. Hal yang dilakukan Bu Indah dalam menjalankan toko kelontongnya merupakan kebiasaan yang dilakukan oleh Ibu beliau. Yang dimana kebiasaan tersebut ibunya ambil dari Neneknya.

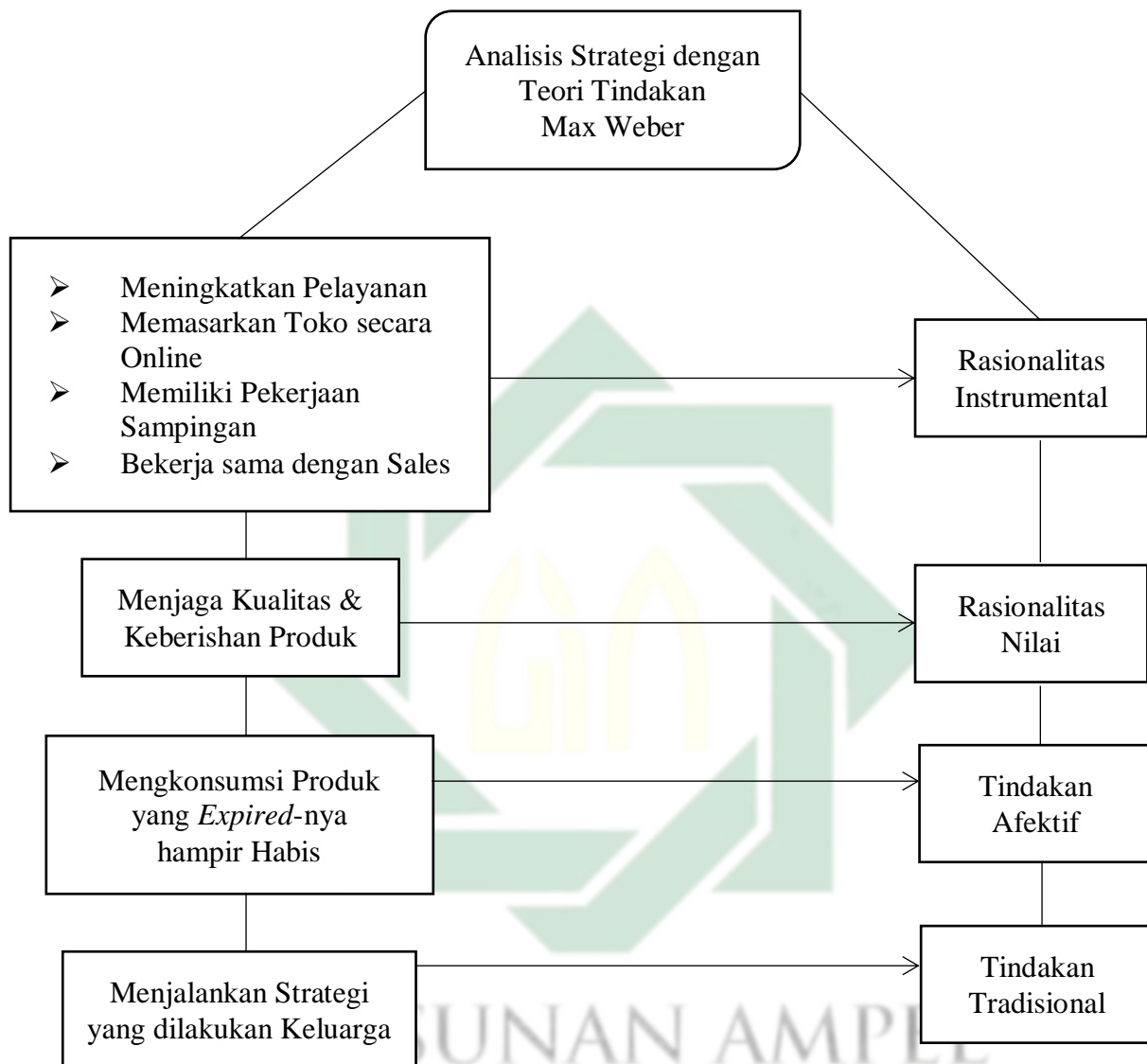
Kebiasaan Bu Indah untuk bangun pagi dan mengatur pola stock di toko kelontongnya bisa dikatakan sebagai Tindakan Tradisional. Karena tindakan

tersebut dilakukan secara turun temurun dan menjadi kebiasaan. Selain itu, tempat usaha toko kelontong Bu Indah juga awalnya dimiliki oleh Nenek beliau, kemudian dilanjutkan oleh Ibu beliau, dan kini dilanjutkan oleh Bu Indah sendiri.

Dari setiap analisis yang dilakukan, tindakan yang paling cocok dan berpengaruh pada strategi *survive* untuk mempertahankan toko kelontong ditengah pandemi covid19 ialah Tindakan Rasionalitas Instrumental. Tindakan ini dilakukan dengan perencanaan dan perhitungan yang matang serta dilakukan untuk tujuan yang rasional (dalam hal ini adalah mempertahankan dan memajukan toko kelontong saat pandemi covid19). Seperti tindakan yang dilakukan oleh Bu Suwarni dengan memberikan pelayanan ekstra, Pak Arifin yang memiliki pekerjaan lain, Bu Ismi yang memperhitungkan kerjasama dengan pihak lain dengan tambahan order melalui online shop, telitinya Bu Indah dalam memperhitungkan jumlah stock barang yang ada ditoko, serta bagaimana Pak Samsoleh dan Mbak Apriliya yang memasarkan produk mereka melalui media online. Semua tindakan tersebut sudah memiliki perencanaan yang matang, serta penuh perhitungan.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Lebih jelasnya digambarkan pada skema berikut:



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan beberapa fakta dan bukti dalam penelitian yang memberikan kesimpulan bahwa:

1. Pengusaha toko kelontong mengalami dampak yang begitu besar akibat pandemi covid19. Berkurangnya jumlah pembeli yang belanja ditoko tentunya membuat pendapatan atau penghasilan perhari toko kelontong tersebut berkurang. Dari penelitian tersebut dapat diperkirakan penghasilan toko kelontong menurun dratis, hampir 50% dari pendapatan saat sebelum pademi.
2. Para pemilik toko kelontong untuk bertahan hidup dimasa pandemi covid19 menerapkan berbagai macam strategi, antara lain memperhatikan dan memperhitungkan kebutuhan toko kelontong dengan detil dan tidak menyepelekan hal yang sifatnya esensi seperti menjaga kebersihan produk dan toko kelontong itu sendiri. Pelayanan yang diberikan untuk konsumen juga memiliki nilai tersendiri dimata masyarakat. Selain itu, pentingnya memahami kemajuan teknologi di era modern ini juga sangat membantu sebuah usaha toko kelontong dapat berkembang dan semakin maju. Sehingga pengusaha toko kelontong bisa memanajemen keuangan dengan lebih efisien.

B. TEMUAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang diperoleh, peneliti menemukan, bahwa nasib toko kelontong terancam dengan adanya pandemi covid19 sehingga memberikan dampak yang cukup besar, karena itulah pengusaha toko kelontong melakukan berbagai strategi untuk mengatur keuangan dan berusaha mencari cara untuk menarik banyak pembeli. Hal ini sesuai dengan teori Tindakan Rasionalitas Instrumental Max Weber yang menyatakan bahwa individu yang melakukan tindakan tersebut dilakukan atas dasar pemikiran yang rasional dan penuh perhitungan.

Meperhatikan hal tersebut, ada beberapa saran yang penelti berikan sebagai berikut:

1. Pengusaha toko kelontong kini harus bisa meningkatkan pelayanannya melalui media online. Tidak perlu menjual produknya ke online shop, cukup berikan pelayanan seperti pemesanan yang bisa dilakukan melalui media sosial, sehingga masyarakat lebih mudah dan fleksibel dalam berbelanja.
2. Pengusaha toko kelontong juga harus sadar bahwa persaingan antar pasar kini semakin ketat. Jangankan mini market modern yang tersebar diberbagai wilayah padat penduduk, persaingan antar toko kelontong juga perlu diperhatikan.
3. Pemilik usaha toko kelontong juga harus berfikir kreatif dan cermat dalam menjalankan usaha tokonya. Jika pengelolaan dalam menjalankan toko tersebut setengah-setengah, maka bukan tidak mungkin usaha toko tersebut tidak bertahan lama, alias tutup usaha.

Selain itu, ada juga saran untuk masyarakat atau pembeli toko kelontong :

1. Jangan ragu untuk memberikan kritik dan masukan kepada pemilik usaha toko kelontong. Karena kritik tersebut sangat penting dan berpengaruh untuk memajukan toko kelontong tersebut.
2. Pembeli juga berhak memberikan complain tentang kebersihan produk yang dijual ditoko kelontong tersebut. Karena produk yang dibeli dikonsumsi oleh pembeli tersebut, karena itulah jaminan kebersihan dan masa waktu pakai adalah hak yang harus didapat untuk masyarakat yang membeli atau berbelanja ditoko kelontong.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, Isa. (2018). Melacak State Of The Art Fenomenologi Dalam Kajian Ilmu-Ilmu Sosial. *Halaqa: Islamic Education Journal*, 2(2), 165-181.
<https://doi.org/10.21070/halaqa.v2i2.1814>
- Ainun Ababil, 2019. *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Kelontong Fauzan*. Skripsi. Bekasi: Universitas Pelita Bangsa
- Andi Amri, 2020. *Dampak Covid19 Terhadap UMKM di Indonesia*. Jurnal Brand: Universitas Hasanuddin
- A. Michael Huberman, 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press
- Administrator, 2019. *Profil Kecamatan Tarik Sidoarjo*. Diakses 20 Januari 2022.
<https://tarik.sidoarjokab.go.id/?page=v-berita&id=1554428953>
- Ali Hasan, 2010. *Marketing Bank Syariah*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Bryan S. Turner, 2012. *Teori Sosial Dari Klasik Sampai Postmodern*. Yogyakarta: PustakaPelajar
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana Media Grup, 2011
- Eko Sujatmiko, 2014. *Kamus IPS*. Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi offset
- Fina Kumesan, 2015. *Strategi Bertahan Hidup (Life Survival Strategy) Buruh Tani di Desa Tombatu Dua Utara Kecamatan Tombatu Utara*. *Journal Unsrat*.
- Heny Yuningrum, 2016. *Usaha Untuk Meningkatkan Loyalitas Toko Kelontong Dalam Menghadapi Usaha Ritel yang Menjamur di Masyarakat*. Semarang: UIN Walisongo
- Helvana Yolanda Putri, 2019. *Eksistensi Pedagang Kelontong di kecamatan Tampan*.

Pekanbau: Universitas Riau

- Ibnu Susanto Joyosoemito, Narila Mutia Nasir, 2021. “*Gelombang Kedua Pandemi Menuju Endemi Covid-19: Analisis Kebijakan Vaksinasi Dan Pembatasan Kegiatan Masyarakat di Indonesia*”, Jurnal Sains Teknologi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kurniawati, 2021. *Dampak Pandemi Covid19 Terhadap Perkembangan Kognitif Anak Usia Dini*. Skripsi. Bengkulu: IAIN Bengkulu
- Khaidir Saib, 2019. “*Strategi Kesuksesan Pertumbuhan Mini Market di Kota Pekanbaru Baru*”, Jurnal EQUILIBRIUM: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2008. Jakarta: Pusat Bahasa
- Lexy Moleong, 2002. “*Metode Penelitian Kualitatif*”, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Ludfi Ika Purwantini, 2019. *Perancangan Strategi Bisnis Toko Kelontong Model Offline to Online*. Skripsi. Jember: Universitas Jember
- Lektur.ID, 2020. *7 arti kata bertahan di Kamus Besar Bahasa Indonesia*. diakses 10 Oktober 2021. <https://lektur.id/arti-bertahan/>
- Lexy J. Moloeng, 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: ROSDA
- Nurlisa, 2021. “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Toko Kelontong di Kabupaten Aceh Utara*”, Jurnal Ekonomi: Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe
- Noer Soejipto, 2020. *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid19*. Jakarta: Penerbit K-Media
- O.Hasbiansyah, 2008. “*Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi*”, Jurnal MediaTor.
- Pip Jones, 2003. *Pengantar Teori-Teori Social: Dari Teori Fungsionalisme Hingga Post Modernisme*. Jakarta: Pustaka Obor

- Rina Tri Handayani, 2020. *Pandemi Covid19, Respon Imun Tubuh, dan Herd Immunity*. Jurnal Ilmiah STIKES: Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Kendal
- Rochma, Ega Dini Nur & Anshori, Isa. (2021), *Ekonomi Buruh Industri Pada Masa Pandemi Covid-19*, *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, Vol 12, No 1, , 26-40, <http://www.ejournal.unmus.ac.id/index.php/ekosos/article/view/3373>
- Sesra Budio, 2019. *Strategi Manajemen Sekolah*. Jurnal Menata: Sekolah Tinggi Agama Islam YAPTIP Pasaman Barat
- Siti Maratus Solehah, 2018. *Perilaku Pedagang Sayuran Pasar Ditinjau dari Etika Bisnis Islam*. Skripsi. Metro: IAIN Metro.
- Sugiyono, 2008. “*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, Bandung: Alfabeta
- Vivi Yulanda Ajizah, , Surtani, Ahyuni, 2019. *Dampak Keberadaan Minimarket Franchise Terhadap Usaha Pedagang Kelontong*. Jurnal Buana: Universitas Negeri Padang
- Wahyu Dwi Utami, 2005. “*Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional*” Jurnal BioKultur: Unair
- *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Kelontong Fauzan*. Skripsi. Bekasi: Universitas Pelita Bangsa