

Kreatifitas Pedagang Kaki Lima pada Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Tamalate Kota Makassar

***Sri Hardiyanti, Dimas Ario Sumilih**

Prodi Antropologi FIS-H, Universitas Negeri Makassar

E-mail: hardiyantisri231@gmail.com

*Corresponding Author, E-mail: hardiyantisri231@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui : 1). Apa saja kreativitas pedagang kaki lima dalam memasarkan barangnya di masa covid-19 2). Bagaimana Strategi adaptasi yang diterapkan pedagang kaki lima dalam menghadapi pandemi COVID-19. 3). Bagaimana dampak yang di akibatkan oleh pandemi COVID-19 terhadap pedagang kaki lima. Penelelitian ini menggunakan jenis pnelitian kalitatif yaitu dengan cara mendeskripsikan hasil penelitian dalam bentuk narasi. Pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Uji keabsahan dilakukan dengan teknik triangulasi. Teknik analisis data dengan cara pengumpulan data, tahap reduksi data, display data, vertifikasi dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1). Kreativitas pedagang kaki lima dalam memasarkan produk dagangannya pada saat pandemi diantaranya ditempuh cara membuat produk baru seperti memperbaharui gerobak dagangannya lebih menarik lagi agar menarik pembeli. 2). Strategi adaptasi yang diterapkan pedagang kaki lima menghadapi pandemi covid-19, yaitu menjaga kualitas yang dijualkan, pemilihan tempat strategis dan memberikan pelayanan terbaik kepada para pembeli. 3). Dampak yang diakibatkan oleh pandemi covid-19, meliputi dampak akibat Covid-19 ini yang dirasakan oleh pedagang kaki lima adalah pendapatan yang sangat turun drastis yang dipengaruhi oleh jumlah pembeli dan harga kebutuhan pokok mulai melonjak tinggi.

Kata Kunci: Kreativitas, Pedagang Kaki Lima, Pandemi Covid-19

I. PENDAHULUAN

Pada akhir tahun 2019 hingga saat ini, seluruh dunia termasuk Indonesia sedang dilanda virus yang mewabah yaitu virus pandemi atau Covid-19. Organisasi Kesehatan Dunia (World Health Organisation) telah menetapkan status

gawat darurat secara global mengenai wabah virus corona. Dunia menjadi waspada akan wabah virus ini, tidak hanya kewaspadaan terhadap perekonomian dunia [1]. Pandemi covid-19 yang terjadi secara global tentu saja berdampak terhadap berbagai sektor terutama dalam sektor ekonomi. Perekonomian ini tidak

hanya berdampak secara domestik, namun juga berefek secara global [2]. Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri di negara Indonesia [3]. Sejak ditetapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) masalah ini semakin serius. Pembatasan kegiatan penduduk di suatu wilayah yang di duga terinfeksi Covid-19 termasuk pembatasan terhadap pergerakan orang/barang dalam satu provinsi, kabupaten atau kota [4]. Selain itu Penerapan physical distancing yang berarti menjaga jarak satu meter dengan orang lain hingga Work From Home (WFH). Di Indonesia membuat aktivitas masyarakat di luar ruangan menjadi berkurang. Akibat diterapkannya kebijakan tersebut, perekonomian menjadi melemah karena daya beli konsumen menurun drastis. Tidak sedikit pedagang yang kehilangan penghasilan dan harus gulung tikar akibat pandemi ini [5].

Untuk itu perlu adanya strategi berdagang yang merupakan salah satu cara atau langkah yang konkrit agar mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya. Peranan dalam aspek kegiatan bisnis dapat di pahami melalui sebuah teknologi yang menitik beratkan pada pengaturan sistem informasi dunia bisnis dengan penggunaan komputer [6]. Teknologi informasi data memenuhi kebutuhan informasi dunia bisnis dengan sangat cepat, tepat waktu, relevan, dan akurat. Kontribusi teknologi informasi untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan adalah salah satu isu kontroversial dalam bidang economy of information technology. Karena Era digital sudah menjadi bagian dari kebutuhan manusia. Pakar pemasaran Yuswohadi mengungkapkan bahwa jika ingin

bertahan, maka pelaku UMKM harus mampu memaksimalkan dan manfaat perkembangan digital. Dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, dunia digitalisasi tentunya memiliki efek positif pada dunia pemasaran. Metode pemasaran di dunia yang semulanya dengan cara konvensional (offline) sekarang beralih dengan cara digital (online). Digital marketing lebih produktif karena memungkinkan para calon pelanggan dapat memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. E-commerce menjadi salah satu yang dapat dimanfaatkan pebisnis untuk memasarkan produk dalam menarik pelanggan potensial dari berbagai negara di seluruh dunia.

Berdasarkan data terbaru pada tanggal 04 Mei 2020, sudah terdapat 11.192 kasus covid-19 di Indonesia [7]. Dampak dari covid-19 dapat kita lihat secara langsung dari PHK besar di beberapa perusahaan, peristiwa ini mengakibatkan dirumahnya karyawan atau di berhentikan selama covid 19 mengancam keselamatan nyawa manusia (The World Bank Group, 2019) dan (World Bank, 2020). Terkait itu kita akan lakukan pembatasan selama Covid-19 berlangsung. Oleh karena itu, fasilitas umum dan tempat keramaian akan ditutup untuk sementara. Kemudian pembatasan pembukaan mall, restoran, kafe dan titik kumpul lainnya mungkin sampai jam 7 malam saja," ujar Sekretaris Daerah Makassar, M. Anshar saat memimpin rapat koordinasi menjelang Nataru, di Rujab Walikota Makassar, Kecamatan Rappocini, Sulsel, Senin (21/12/2020). Pihaknya pun akan menyurati kepala daerah, agar menghimbau warganya untuk tidak

berlibur dan tahun baru ke Makassar. "Kami akan koordinasi dengan kepala daerah, melalui surat, agar menghimbau seluruh warganya untuk tidak melakukan tahun baru di Makassar. Dampak wabah virus pandemi (covid-19) tidak hanya merugikan sisi kesehatan. Virus yang bermula dari Kota Wuhan Tiongkok turut mempengaruhi perekonomian tanah air, kecuali Kota Makassar Sulawesi Selatan. Pada saat virus ini masuk, kondisi perekonomian di kota makassar pada masa pandemik (covid- 19), cenderung mengalami penurunan inflasi bahkan mengalami deflasi dikarenakan rendahnya permintaan barang. Hal tersebut di akui oleh pejabat Wali Kota Makassar, Iqbal Suhaeb dalam kegiatan high level meeting TPID Sulawesi Selatan melalui video conference. Dalam rapat yang membahas mengenai ketersediaan bahan pangan di tengah pandemik (covid19).

Makassar juga telah bekerja sama dengan sejumlah perusahaan penyedia jasa online untuk memudahkan masyarakat berbelanja berbagai kebutuhan pangan baik, chelles maupun cash on delivery di pasar tradisional. "Melalui digitalisasi yang dipersiapkan di pasar tradisional Kota Makassar, memudahkan masyarakat di tengah PSBB dengan harga yang terbilang stabil". Di tengah wabah saat ini, masker menjadi salah satu bagian terpenting yang harus dimiliki oleh setiap orang. Tidak heran jika banyak orang memproduksi masker sendiri dengan bahan seadanya. Makassar bisa dikatakan sebagai Kota yang paling padat dan diminati penduduk untuk bermukim dibandingkan dengan daerah lainnya. Makassar misalkan salah satu Kota yang diminati oleh penduduk khususnya Provinsi Sulawesi Selatan. Saat ini mulai berkembang hal ini dibuktikan

dengan banyaknya inovasi, dan tempat rekreasi yang diadakan oleh pemerintah setempat, untuk menarik perhatian masyarakat luar untuk datang berkunjung.

Provinsi sulawesi selatan merupakan sentral perkotaan yang mengalami perkembangan dalam berbagai aspek pembangunan, Salah satu di antaranya menyediakan fasilitas sosial untuk kepentingan masyarakat. Kota Makassar memiliki ruang publik yang berada di pusat Perkotaan yaitu tempat tertentu, yang disediakan oleh Pemerintah sebagai wadah inovasi dapat digunakan oleh pedagang kaki lima. Strategi berdagang sebagai salah satu cara atau langkah yang dilakukan agar mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam membangun usaha sebagai pedagang kaki lima [8]. Melalui strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga para pedagang. Karena kesejahteraan keluarga sangat penting untuk menuju masyarakat yang adil dan makmur. Mungkin sekali untuk mencapai masyarakat yang makmur lebih muda dari pada mencapai masyarakat yang adil. Dalam hal ini pertama berhubungan erat dengan kesejahteraan material, sedangkan yang kedua lebih banyak berhubungan dengan kesejahteraan moral [9].

Hal terpenting membuat peneliti tertarik terhadap keseharian para pedagang kaki lima yang berada di sepanjang jalan Mannuruki, Kota Makassar, salah satunya terdapat sejumlah pedagang kaki lima yang beraktivitas pada siang hingga malam hari. Beberapa konsumen yang berasal dari berbagai kalangan mulai dari anak kecil, remaja, orang dewasa, orang tua hingga mahasiswa dari berbagai daerah. Adapun varian jajanan yang terdapat di sepanjang

jalan mannuruki, mulai dari jajanan ringan hingga berat dengan rasa manis dan asin. Dari uraian latar belakang di atas maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Kreativitas Pedagang Kaki Lima Pada Masa Covid-19 di Kecamatan Tamalate Kota Makassar”

II. METODE PENELITIAN

Pada penelitian penelitian ini jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln penelitian kualitatif ialah penelitian yang di dasarkan pada kondisi alamiah dengan latar belakang tempat objek penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kondisi yang terjadi pada lokasi yang di teliti dengan melibatkan segala metode yang di perlukan dalam pencirian datanya [10]. Penelitian kualitatif merupakan suatu jenis penelitian yang datanya tidak di peroleh melalui suatu bentuk hitungan [11] Walaupun pada dasarnya data yang di dapatkan juga bisa di hitung namun data yang didapatkan akan lebih mengarah pada sifat yang lebih kualitatif.

Pada prosesnya suatu hal yang mendasari mengapa pada penelitian ini peneliti lebih mengarah ke pendekatan kualitatif, hal itu dapat di lihat berdasarkan pengalaman yang di alami oleh peneliti. Menurut Strauss pada umumnya peneliti yang mempunyai latar belakang pada bidang antropologi, dan lebih ke filsafat yang mendekati suatu fenomenologi, biasanya menggunakan pendekatan kualitatif dengan alasan pengumpulan data yang di lakukan berdasarkan pengalaman dan bagaimana penyampaian yang di rasakan oleh peneliti tersebut dan nantinya dari hasil data tersebut akan di analisis datanya [12].

Dalam menggunakan suatu pendekatan kualitatif sebelumnya harus di ketahui yang menjadi ciri khas dari penelitian kualitatif guna menjadi landasan peneliti dalam melakukan penelitian nantinya karena untuk mengetahui bagaimana itu pendekatan kualitatif maka perlu kiranya di ketahui tentang ciri dari pendekatan kualitatif. Proses penelitian ini akan menggunakan penelitian kualitatif yang mempunyai tujuan untuk membantu nantinya dalam penentuan data data dalam penelitian yang berjudul eksistensi tradisi ambelu di dusun tenro desa bontolempangan kecamatan buki kabupaten kepulauan selayar. Alasan lain penelitian deskriptif di gunakan dalam penelitian ini di karenakan bentuk dari penelitian ini sendiri mencari, menyelidiki, menggambarkan dan mendeskripsikan suatu keistimewaan dari objek dalam kondisi sosial yang sulit dijelaskan dalam pendekatan kuantitatif (Saryono, 2010).

III. HASIL PENELITIAN

Menurut David Campbell, Kreativitas merupakan suatu kemampuan untuk menciptakan nilai yang sifatnya baru, inovatif, menarik, dan berbeda dengan yang lain dan belum ada sebelumnya, tentunya berguna bagi masyarakat [13]. Kreativitas memiliki proses untuk melahirkan sesuatu yang baru melalui perjumpaan antara manusia, dan Manusia dengan Alam. Adapun Untuk mengembangkan kreativitas wirausaha dalam bidang ekonomi kreatif untuk beradaptasi dengan situasi pandemi [14]. Dalam situasi seperti ini untuk menghindari penyebaran virus pandemi, masyarakat lebih memilih untuk meminimalisir interaksi secara langsung

dengan orang di luar [15]. Hal tersebut juga berdampak dengan pedagang kaki lima yang pada setiap harinya mulai beroperasi di sepanjang jalan Mannuruki Raya, Kecamatan Tamalete, Kota Makassar. Berdasarkan dari kondisi pandemi tersebut sejumlah pedagang mulai membuat kreativitas tersendiri untuk menjalankan usahanya. Contoh salah satu hasil wawancara peneliti dengan informan Bapak Zyainullah pedagang kaki lima pada tanggal 16 Februari 2022 sebagai berikut:

“Untuk bertahan dalam situasi pandemi seperti ini, di antaranya membuka usaha sendiri. Tetapi bagaimana membuka usaha dalam situasi normal saja susah, apalagi ditengah situasi pandemi seperti sekarang. Biarpun kondisi dan situasinya seperti ini, kita juga para pedagang kaki lima harus berusaha keras untuk tetap mempertahankan usaha kecilan ini dan alhamdulillah dari beberapa minggu sebelumnya ada saja pembelinya. Semenjak terjadinya pandemi saya membuat usaha yang sederhana saja, awal saya berjualan hanya bermodalkan secukupnya. Agar tempat jualan saya terlihat rapi oleh pembeli kemudian melapisinya dengan menggunakan spanduk bekas serta memperbaiki, merapikan dan membersihkannya”.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti di atas dapat dinyatakan bahwa dengan adanya pandemi Covid19, para pedagang kaki lima selalu memiliki cara untuk mempertahankan nilai jualnya. Hal tersebut membuat para pedagang lainnya bisa lebih kreatifitas dalam mempertahankan usaha dagangan melalui berbagai macam cara. Dari hasil wawancara tersebut dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang

ada, seperti internet, media online dapat digunakan untuk mempromosikan barang dagangan. Melalui cara ini para pedagang dapat meningkatkan jumlah pelanggan, dengan cara ini juga dapat meningkatkan pusat perhatian pelanggan lebih optimal. Di sisi lain para pedagang dapat mempertahankan eksistensi usahanya, sehingga dapat memenuhi kebutuhan keluarga. Peneliti memperoleh hasil pernyataan informan bernama Sandi yang masih berusia muda dilakukan, pada tanggal 16 Februari 2022 seperti yang tertera di bawah ini:

“Untuk dagangan tetap berjualan tentu dapat kita lakukan secara online atau medsos lainnya. Seperti memposting aneka jualan di media sosial kita, dikarenakan situasi terkini tidak bisa berjualan di luar. cara lain untuk dapat memenuhi kebutuhan ialah menjual *online* saja, dan hasilnya juga terbukti efektif karena tingkat pembelian makin meningkat semenjak saya posting barang jualanku”. Ujar Sandi.

Begitu pula yang dilakukan oleh kebanyakan pedagang kaki lima lainnya dengan segala keterbatasan pada saat pandemi, mereka juga tetap berusaha untuk tetap eksis di tengah kondisi yang sekarang ini. Seiring berjalannya waktu, para pedagang tersebut sudah mulai terbiasa dengan kondisi pandemi sekarang, perlahan mulai bangkit dan berjalan normal seperti kondisi yang sebelumnya. Pedagang kaki lima memiliki potensi untuk menunjang pertumbuhan ekonomi, yaitu dengan terciptanya lapangan pekerjaan dan juga bisa menjadi sumbangan bagi pendapatan asli daerah jika di tata dan di kelolah dengan baik. Maka sektor ini akan mampu memberikan kontribusi dalam penyelesaian masalah sosial seperti maraknya pengangguran dan permasalahan ekonomi lainnya. Pada

saat menjalankan bisnis perlu adanya suatu strategi, seperti strategi pemasaran, yang bisa membantu para penjual dalam mengembangkan dagangannya, di antaranya yang digunakan strategi tersebut:

Menjaga Kualitas Produk

Kualitas produk dapat dilihat dari seberapa mudah produk tersebut dalam penggunaannya. Terkadang, penggunaan sedikit bertabrakan dengan keindahan atau estetika yang dimiliki oleh produk tersebut. Berbeda dengan makanan yang dapat meningkatkan selera makan seseorang jika penyajiannya indah dan menggugah. Wawancara peneliti dengan Bapak Syahril pedagang siomay pada tanggal 24 Februari 2022 memperoleh hasil berikut:

“disini saya berdagang makanan, saya harus lebih mengutamakan kebersihan, karena kebersihana sangat penting. Keramahan terhadap konsumen juga sangat diutamakan karena jika konsumen merasa nyaman dan juga cita rasa yang menjadi salah satu cara agar konsumen tidak berpindah ketempat lain”.

Sebagai pelaku usaha, para pedagang harus mempertahankan kualitas produk yang akan diperdagangkan, apabila produk kita bagus maka konsumen juga percaya dengan produk yang akan mereka konsumsi. Untuk beberapa kosnumen, tentunya para pedagang kaki lima itu sendiri harus memertahankan kualitas dari produk dagangan yang diujakan. Salah satunya seperti, menjaga kebersihan serta membuat kemasan yang rapi upaya menarik minat pembeli. Kebanyakan pembeli di dominasi oleh kalangan pelajar dan anak muda yang senang jajan dan ini

bisa menjadi keuntungan serta peluang bagi para pedagang kaki lima untuk tetap mempertahankan usaha mereka serta mendapatkan keuntungan hasil yang maksimal.

Melakukan promosi

Strategi promosi merupakan suatu langkah atau taktik yang tempuh oleh seorang pebisnis dalam memasarkan produknya. Promosi dapat dilakukan melalui pemasaran media sosial dan penjualan melalui *marketplace*. Pernyataan Ibu Hastuti yang lakukan pada tanggal 01 Maret 2022, seperti berikut:

“promosi dagangan di media sosial pun terkadang kurang laku, biasanya dalam sehari cuman dapat pesanan kurang lebih 7-8 gelas minuman yang laku. Padahal target biasanya tidak cukup. Kemudian Saya promosi dengan menulis papan informasi agar di ketahui oleh orang jika minuman yang saya jual sedang di promosi”.

Tanggal 15 Maret 2022 peneliti melakukan wawancara dengan ibu sumi yang menerangkan bahwa:

“jika ibu menjual aneka makanan, hanya bisa memberi tahu cita rasa kue yang di jual. Kalo rasa makanannya enak ya pembeli pasti berminat. Seperti itulah cara mempromosikan dagangan, tapi lain dengan pedagang lain seperti penjual pakaian mereka akan mempromosikan dengan memperlihatkan modelnya”

Hasil yang peneliti dapatkan dari informan tersebut mengindikasikan bahwa promosi sangat berpengaruh

terhadap peningkatan nilai jual, yang mana dengan adanya promosi bisa menarik minat konsumen. Hal yang serupa juga dikatakan oleh Ibu Hastuti pada tanggal 01 Maret 2022 sebagai berikut:

“selama pandemi ini jualan saya sudah mulai sepi karena adanya larangan untuk keluar rumah. Saat itu saya berpikir untuk jualan di media sosial seperti menggunakan whatsapp, dan facebook. Dan alhamdulillah setelah keseringan aplod makanan dan minuman di media sosial pasti ada yang membelinya”.

Ada banyak cara yang dilakukan oleh para pedagang dalam mempromosikan jualan mereka agar menarik perhatian pembeli. Mempromosikan dengan cara memasang spanduk atau panflet yang di kemas semenarik mungkin. Ada juga yang memperkenalkan cita rasa dagangan kepada pengunjung, serta menjaga kebersihan dan keramahan terhadap pembeli. Cara tersebut berangkat dari kebiasaan yang sering kita jumpai. Dalam hal ini ada beberapa pedagang mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi untuk menarik minat pembeli serta dapat meningkatkan keuntungan pada saat kondisi pandemi ini.

Penetapan Harga

Ketika melakukan usaha jualan maka penetapan harga sangat penting di terapkan karena, jika terjadi penetapan harga maka akan terjadi kesesuaian harga yang dapat di tawarkan. Adapun beberapa hal yang perlu di pertimbangkan oleh para pedagang kaki lima dalam menentukan harga dagangannya. Berikut wawancara peneliti dengan Pak Zyainullah pada tanggal 16 Februari 2022:

“persoalan harga yang kami berikan sesuai dengan harga pasaran, saya berjualan makanan seperti siomay mulai dari harga 500 rupiah sampai 1000 rupiah perbiji, kecuali kerupuk pangsit seharga 2000 pertiga biji. Seperti pada umumnya orang menjual dengan seharga segitu. Harga juga penting untuk mematok untung yang kita dapat dan juga bisa menjadi bonus pendapatan dari barang yang di jual” Ujar pak zyainullah.

Adapun persamaan pendapat melalui hasil wawancara peneliti dengan Adik Sandi pada tanggal 16 Februari 2022, yang di terangkan sebagai berikut:

“Saya tiap harinya membawa sebanyak 40 buah roti burger dan bahan yang di butuhkan lainnya. Satu porsi burger seharga 8000 rupiah, saya mengambil keuntungan 3000 rupiah persatu biji. Jadi, kalau laku semua saya bisa mendapatkan dalam sehari 106.000 rupiah, itupun jika habis terjual. Kalau ada barang tidak habis terjual, pasti saya berusaha menyimpan beberapa barang itu yang sekiranya masih layak digunakan untuk di jual kembali.” Ujar dek Sandi.

Persamaan pendapat dari hasil pernyataan Ibu Hastuti pada tanggal 01 Maret 2022, keterangannya di bawah ini sebagai berikut:

“saya jualan aneka rasa minuman untuk harga disini kami jual paling murah harga 5.000 ribu rupiah pergelasnya. Disini kami juga ada jual harga 10.000 pergelas yang membedakannya hanya ukuran gelasnya saja. Sedangkan yang harga 5.000 ribu rupiah dengan gelas sedang dan yang harga 10.000 ribu rupiah dengan gelas ukuran besar.”

Memberikan Pelayanan yang Baik

Dalam dunia usaha seperti pedagang kaki lima memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen adalah salah satu strategi supaya pembeli merasa nyaman dan merasa di hargai oleh penjual. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Syahril pada tanggal 24 Februari 2022: di terangkan di bawah ini:

“Setiap pelanggan pastinya harus dilayani dengan sebaik-baiknya nak, jangan di beda-bedain pembelinya. Dengan memberikan pelayanan yang baik pembeli tidak mudah bosan untuk membeli di tempat kita. Apabila kualitas pelayanan yang baik di terapkan terhadap pembeli, maka pembelipun merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan yang kita berikan” Ujar pak syahril.

Adapun persamaan pendapat hasil wawancara dengan ibu sumi di terangkan pada tanggal 16 Maret 2022, sebagai berikut:

“yaa untuk layani orang beli kak Alhamdulillah saya juga kasih pelayanan yang baik, karena saya juga mencari pelanggan pastinya harus memberikan yang terbaik”.

Memberlakukan sistem shift/pergantian

Adapun beberapa hal yang dilakukan oleh sejumlah pedagang contohnya oleh Bapak Zainullah, yang menerapkan beberapa bagian shift dalam berjualan. Bapak Zainullah bekerja di malam hari kemudian berganti shift dengan karyawannya mulai pagi sampai sore hari. Salah satu contoh dari hasil wawancara oleh Bapak Zainullah pedagang siomay pada tanggal 16 Februari 2022:

“Salah satu strategi yang saya gunakan dalam melancarkan usahaku yaitu pada saat pandemi sekarang ini, saya dengan istri yang membuat bahan dagangan kemudian saya yang menjual kalau jam malam. Tapi ada karyawanku juga yang menjual kalau pagi sampai sore, menurut saya Langkah ini sangat efektif untuk di lakukan. Cara saya melihat peluang adalah disaat orang kerja beristirahat di situlah saya memposisikan tempat jualan saya. Selain itu saya juga kondisikan di beberapa tempat keramaian lainnya.

Hasil wawancara peneliti dengan informan Bapak Zyainullah terkait dengan Strategi pedagang kaki lima, berjualan pada saat pendemi seperti ini. Dengan memasifkan waktu operasional serta memberdayakan karyawan yang dimiliki sehingga waktu dalam beroperasi sangat maksimal. Bapak Zainullah berjualan dengan memberkalukan sistem shift dengan karyawannya. Hal ini terbukti efektif untuk mencapai beberapa penghasilan yang diluar dari biasanya dikarenakan jam kerja yang luas dan memiliki seorang karyawan yang bersedia beroperasi pada saat jam kerja pada umumnya.

V. KESIMPULAN

Adanya kreativitas ini para pedagang ini dapat berfikir kreatif untuk menarik perhatian pelanggannya. Hal tersebut membuat para pedagang lainnya bisa lebih kreatif dalam mempertahankan usaha dagangan dengan berbagai macam cara seperti dari hasil wawancara yaitu dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada pada saat ini untuk memudahkan pedagang kaki lima dalam berdagang. Strategi Adaptasi yang dilakukan pedagang kaki lima di sepanjang jalan Mannuruki Raya,

Kecamatan Tamalate yaitu dengan menjaga kualitas produk yang mereka jajakan kemudian melakukan promosi baik dengan menggunakan media pendukung seperti digital dan ada juga yang melakukan penetapan harga dengan melakukan skala perbandingan suatu produk yang serupa dari pedagang kaki lima yang lainnya. Dampak pandemi COVID-19 terhadap pedagang kaki lima di sekitar Manuruki Raya Kecamatan Tamalate, Kota Makassar dapat di simpulkan bahwa dari ketiga subjek penelitian adalah pedagang kaki lima untuk berjualan di sekitar Manuruki Raya dan memiliki kesulitan atau tantangannya masing-masing sehingga terdapat beberapa hal yang menjadi dinamika tersendiri bagi setiap pedagang kaki lima.

REFERENSI

- [1] F. R. Yamali and R. N. Putri, "Dampak covid-19 terhadap ekonomi indonesia," *Ekon. J. Econ. Bus.*, vol. 4, no. 2, pp. 384–388, 2020.
- [2] Y. Sumarni, "Pandemi Covid-19: Tantangan ekonomi dan bisnis," *Al-Intaj J. Ekon. Dan Perbank. Syariah*, vol. 6, no. 2, pp. 46–58, 2020.
- [3] Y. R. Suci, "Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia," *J. Ilm. cano Ekon.*, vol. 6, no. 1, pp. 51–58, 2017.
- [4] R. Nasruddin and I. Haq, "Pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan masyarakat berpenghasilan rendah," *SALAM J. Sos. dan Budaya Syar-i*, vol. 7, no. 7, pp. 639–648, 2020.
- [5] A. Fauzi, "Implementasi Pembatasan Sosial Berskala Besar, Sebuah Kebijakan Publik Dalam Penanganan Pandemi COVID-19," *J. Ilmu Adm. Negara*, vol. 16, no. 1, pp. 174–178, 2020.
- [6] S. R. Marlin and M. F. M. Putra, "Pentingnya Penerapan Cyber Notary Sebagai Upaya Terciptanya Keamanan Praktik Bisnis Di Indonesia," *JISIP (Jurnal Ilmu Sos. dan Pendidikan)*, vol. 6, no. 3, 2022.
- [7] W. laura Hardilawati, "Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi covid-19," *J. Akunt. dan Ekon.*, vol. 10, no. 1, pp. 89–98, 2020.
- [8] P. Astuti and I. Qalyubi, "Strategi Mempertahankan Keberlanjutan Usaha Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Masa Pandemi Covid-19 Di Palangka Raya," *Daun Lontar J. Budaya, Sastra, dan Bhs.*, vol. 7, no. 1, pp. 254–291, 2021.
- [9] U. Prabowo, "Peran Modal Sosial dalam Mekanisme Survival Pedagang Kaki Lima (PKL) Pentol Bakar di Kawasan Benteng Pancasila (BenPas) Kota Mojokerto," *Paradigma*, vol. 4, no. 1, 2016.
- [10] A. Rahman *et al.*, "METODE PENELITIAN ILMU SOSIAL," 2022.
- [11] Afifuddin and B. A. Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- [12] Ahmadin, "Metode Penelitian Sosial." Rayhan Intermedia, Makassar, 2013.
- [13] H. A. H. A. Al-Munawar and R. Rupaida, "UPAYA MENGEMBANGKAN KREATIVITAS REMAJA," in *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan*, 2020, vol. 2, pp. 422–429.
- [14] I. Marwan, H. W. Sedjati, A. Satori, and H. G. Gunawan, "Pelatihan Pembuatan Desain, Lambang Dan Ikon Olahraga: Pengembangan Kewirausahaan Konveksi Pakaian Di Masa Pandemi Covid 19," *J. Berkarya Pengabd. Masy.*, vol. 4, no. 1, pp. 30–38, 2022.
- [15] P. Suswanto and S. D. Setiawati, "Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia," *LINIMASA J. Ilmu Komun.*, vol. 3, no. 2, pp. 16–29, 2020.