

Kajian Daya Beli Masyarakat Pada Pasar Tradisional Pabaeng-Baeng Kota Makassar Selama Pandemi Covid-19

Fardin¹, Muhammad Padlu Rahman², Novina Sabila Zahra³

^{1,2,3}Lembaga Penelitian Mahasiswa Penalaran, Universitas Negeri Makassar

E-mail: fardin16iesp@gmail.com¹, muh.Fadlurahman.24@gmail.com², novinasabila@gmail.com³

Article History:

Received: 05 Mei 2023

Revised: 10 Mei 2023

Accepted: 16 Mei 2023

Keywords:

Daya Beli, Harga, Pendapatan, Selera

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji daya beli masyarakat pada pasar tradisional Pa'baeng-Baeng selama pandemi Covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Adapun informan dalam penelitian ini adalah pembeli yang berbelanja di pasar tradisional Pa'baeng-baeng. Hasil penelitian mengemukakan bahwa (1) Faktor harga mempengaruhi daya beli masyarakat dalam menentukan keputusan untuk membeli barang maupun kebutuhannya sehari-hari. (2) Faktor pendapatan yakni selama pandemi Covid-19 pendapatan masyarakat berkurang sehingga berdampak pada menurunnya kemampuan daya beli masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. (3) Faktor selera yakni terjadi perubahan selera masyarakat dalam membeli kebutuhannya, hal ini dikarenakan pendapatan yang berkurang, sehingga masyarakat cenderung membatasi untuk membeli kebutuhan-kebutuhan yang tidak diperlukan.

PENDAHULUAN

Wabah coronavirus disease 2019 (Covid-19) pertama kali muncul pada 31 Desember 2019 di Wuhan (China). Covid-19 merupakan penyakit infeksi baru yang disebabkan oleh severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2). Covid-19 menyebar dengan cepat, mulai antar provinsi di China hingga ke negara-negara lain di dunia sehingga menimbulkan pandemi global (Felicia, 2020). Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) melaporkan kasus penderita covid-19 di dunia pada 23 Maret 2020 menunjukkan sebanyak 341,696 kasus yang di antaranya sebanyak 14.757 orang meninggal dunia (Imron & Syafa'at, 2020). Selain itu, salah satu sektor yang begitu terasa terkena dampak penyebaran covid-19 adalah sektor ekonomi (Sumarni, 2020).

Penyebaran pandemi covid-19 memberikan dampak buruk bagi perekonomian dunia termasuk perekonomian Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian memperlihatkan fenomena perekonomian Indonesia mengalami pelemahan secara keseluruhan yang meliputi pada bidang ekspor, harga produsen, harga perdagangan besar, inflasi, pariwisata, produk domestik bruto maupun upah buruh selama pandemi covid-19 (Sari, 2020). Hal ini tentu menimbulkan banyak permasalahan ekonomi yang terjadi di kalangan masyarakat.

Dampak serius permasalahan ekonomi yang ditimbulkan pandemi covid-19 adalah adanya potensi pendapatan yang hilang pada masyarakat kelas menengah ke bawah yang bekerja di sektor non formal. Berdasarkan hasil survei nasional (Saiful Mujani Reserach and Consulting (SMRC), 2020) pendapatan masyarakat selama pandemi covid-19 menunjukkan sebanyak 70% responden

merasa pendapatan kotor rumah tangganya mengalami penurunan, 27% responden merasa pendapatan kotor rumah tangganya tetap, dan hanya 1% yang mengalami kenaikan. Hal ini tentu dapat mempengaruhi kemampuan daya beli masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Menurut hasil penelitian yang dilakukan Musyawirah (2016), pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap kemampuan daya beli, di mana kemampuan daya beli seseorang sangat tergantung pada tingkat pendapatan yang dimilikinya. Sehingga menurunnya pendapatan masyarakat dapat memicu pelemahan daya beli masyarakat.

(Bank Indonesia, 2020a) melaporkan Indeks Harga Konsumen berdasarkan perhitungan inflasi tahunan, menunjukkan tren daya beli konsumen cenderung melemah pada Februari 2020 hingga April 2020. Hal ini dapat dilihat dari data Februari 2020 sebesar 2,98% yang turun pada Maret 2020 sebesar 2,96%, kemudian mengalami pelemahan kembali sebesar 2,67% pada April 2020. Sehingga data tersebut menunjukkan adanya pelemahan daya beli konsumen nasional yang cukup signifikan. Pelemahan daya beli konsumen ini bukan hanya terjadi secara nasional, namun juga berasal dari dampak yang ditimbulkan oleh pelemahan daya beli masyarakat di berbagai daerah maupun kota di Indonesia.

Daya beli masyarakat kota Makassar selama pandemi covid-19 juga mengalami pelemahan. Hal ini berdasarkan survei Bank Indonesia (2020b) pada Indeks Keyakinan Konsumen kota Makassar menunjukkan penurunan sebesar 6,1% yakni sebesar 124,4% Maret 2020 dari sebelumnya sebesar 118,3% Februari 2020. Meskipun indeks tersebut masih berada di level optimis, namun nilai Indeks Kondisi Ekonomi Saat Ini (IKE) juga mengalami pelemahan pada Maret 2020 sebesar 112,8% turun sebesar 4% dari sebelumnya 116,8% Februari 2020. Di mana indeks ini dapat memperlihatkan daya beli konsumen yaitu mempersepsikan penghasilan masyarakat saat ini, ketersediaan lapangan kerja, dan ketepatan waktu pembelian barang tahan lama.

Pelemahan daya beli masyarakat selama pandemi covid-19 ini tentu memiliki hubungan langsung pada kemampuan konsumen dalam membeli barang dan jasa. Sehingga menimbulkan perubahan pola perilaku membeli masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Hal ini juga berdasarkan survei Saiful Mujani Reserach and Consulting (SMRC) (2020) menyatakan bahwa mayoritas masyarakat dari 77% total responden merasa terancam kebutuhannya selama pandemi, yakni sebanyak 30% masyarakat tidak dapat memenuhi kebutuhan pokoknya sehari-hari tanpa pinjaman, 20% mengatakan tabungan berkurang dan hanya cukup bertahan selama satu minggu dan 20% hanya dapat bertahan beberapa minggu. Sehingga hal ini menunjukkan sebagian masyarakat merasa tidak dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari jika pandemi covid-19 terus berlangsung.

Dampak lain yang ditimbulkan oleh covid-19 adalah pembatasan aktivitas pasar sebagai pusat perbelanjaan. Pasar merupakan pertemuan tempat antara penjual dan pembeli baik secara langsung maupun tidak langsung (Sihombing et al., 2019). Aktivitas pasar terhambat karena adanya pemberlakuan protokol kesehatan. Pembeli merasa khawatir ketika berbelanja di pasar karena takut terpapar covid-19. Sehingga hal tersebut mengurangi pembeli berbelanja di pasar.

Berdasarkan bisnis.com, salah satu pasar yang menerapkan protokol kesehatan di Kota Makassar adalah pasar tradisional Pa'baeng-baeng (Ristyningrum, 2020). Pasar Pa'baeng-baeng merupakan pasar tradisional yang berada di pusat wilayah kota Makassar. Pasar Pa'baeng-baeng menjadi tempat berlanja yang diminati oleh masyarakat khususnya masyarakat yang memiliki penghasilan menengah ke bawah. Namun semenjak pemberlakuan protokol kesehatan, pengunjung pasar tradisional Pa'baeng-baeng tidak seramai sebelum merebaknya pandemi covid-19.

Berdasarkan permasalahan tersebut, pelemahan daya beli menjadi isu penting yang sedang dihadapi masyarakat selama pandemi covid-19. Hal ini dikarenakan pandemi covid-19 berdampak buruk pada menurunnya pendapatan masyarakat menengah ke bawah sehingga menimbulkan

keterbatasan masyarakat yang tidak mampu memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Selain itu, pasar tradisional juga terkena dampak covid-19 dalam hal ini kurangnya pengunjung pasar tradisional Pa'baeng-baeng. Sehingga untuk itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang kajian daya beli masyarakat pada pasar tradisional Pa'baeng-baeng kota Makassar selama pandemi covid-19.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Pendekatan fenomenologi adalah suatu proses yang digunakan untuk menentukan makna dari interpretasi subyek penelitian dalam situasi tertentu yang bukan mencari sebab maupun fakta dari suatu gejala/peristiwa yang muncul di dunia sosial tertentu (Suwendra, 2018). Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan jenis wawancara terstruktur. Wawancara pada penelitian akan dilakukan kepada masyarakat yang berbelanja pada pasar tradisional. Hal ini dilakukan guna mendapatkan informasi serta data mengenai daya beli masyarakat pada pasar tradisional Pa'baeng-baeng kota Makassar. Analisis data pada penelitian ini mengambil model Miles dan Huberman meliputi reduksi, penyajian data, dan menarik kesimpulan dan verifikasi (Anggito & Setiawan, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

1. Deskripsi Informan Penelitian

a. Informan CI

Informan CI adalah seorang perempuan berusia 24 tahun saat menjadi informan dalam penelitian ini. Informan CI merupakan pembeli yang sering berbelanja di pasar tradisional Pa'baeng-baeng. Informan CI merupakan pekerja kantoran yang tidak lagi bekerja selama pandemi *covid-19*. Informan CI ketika diwawancarai sedang membeli sayur dan kebutuhan lainnya. Selain itu, informan CI sangat terbuka ketika diwawancarai oleh tim peneliti. Selama proses wawancara berlangsung, suasana pasar begitu ramai oleh pembeli lainnya.

b. Informan RA

Informan RA adalah seorang perempuan berusia 17 tahun saat menjadi informan dalam penelitian ini. Informan RA merupakan seorang siswi SMA yang sering berbelanja di pasar tradisional Pa'baeng-baeng. Informan RA ketika diwawancarai sedang berada di parkir pasar. Selama proses wawancara berlangsung suasana pasar banyak dikunjungi oleh pembeli lainnya.

c. Informan NU

Informan NU adalah seorang perempuan berusia 45 tahun saat menjadi informan dalam penelitian ini. Informan NU merupakan ibu rumah tangga yang sering berbelanja di pasar tradisional Pa'baeng-baeng. Informan NU ketika diwawancarai sedang berada di luar pasar dan memakai masker.

d. Informan AY

Informan AY merupakan seorang perempuan berusia 20 tahun pada saat menjadi informan dalam penelitian ini. Informan AY masih berstatus mahasiswa di salah satu universitas di Makassar. Informan AY merupakan pembeli yang sedang berbelanja di pasar tradisional Pa'baeng-baeng. Ketika diwawancarai informan AY memakai masker dan menenteng barang belanjanya. Suasana pasar selama informan AY diwawancarai terlihat sepi pengunjung, sehingga informan AY tidak merasa terganggu saat diwawancarai.

e. Informan NH

Informan NH merupakan seorang perempuan berusia 51 tahun pada saat menjadi informan

dalam penelitian ini. Informan NH merupakan penjual kue yang sering berbelanja di pasar tradisional Pa'baeng-baeng untuk keperluan bahan pembuatan kue. Informan NH berada di luar pasar ketika diwawancari. Selama wawancara berlangsung informan NH terkesan terburu-buru dan hendak pamit untuk pulang.

f. Informan HS

Informan HS merupakan seorang laki-laki berusia 39 tahun pada saat menjadi informan dalam penelitian ini. Informan HS merupakan pembeli yang sering berbelanja di pasar tradisional Pa'baeng-baeng untuk keperluan kebutuhan sehari-hari. Informan HS ketika diwawancari berada di parkir pasar.

g. Informan VN

Informan VN merupakan seorang perempuan berusia 24 tahun pada saat menjadi informan dalam penelitian ini. Informan VN bekerja sebagai karyawan di salah satu *supermarket* di kota Makassar. Informan VN merupakan salah satu pembeli yang sering berbelanja di pasar tradisional Pa'baeng-baeng.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli masyarakat

a. Faktor Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh pembeli untuk memperoleh barang maupun jasa yang diinginkannya. Harga suatu barang memiliki pengaruh pada diri pembeli untuk menentukan keputusannya dalam membeli. Sebagai pembeli, harga menjadi pertimbangan dalam menentukan keputusannya untuk membeli kebutuhan.

Harga memiliki peranan penting dalam menentukan kemampuan daya beli seseorang. Semakin murah harga suatu barang maka semakin tinggi kemampuan seseorang dalam membeli barang tersebut. Hal ini jika harga suatu barang dan jasa naik, maka daya beli konsumen cenderung menurun dan jika harga suatu barang dan jasa turun maka daya beli konsumen akan meningkat.

Hasil wawancara informan menemukan bahwa informan lebih mencari harga yang murah ketika berbelanja di pasar tradisional Pa'baeng-baeng. Hal ini pula berdasarkan wawancara dengan informan AY yang mencari harga murah ketika berbelanja di pasar tradisional selama pandemi *covid-19*.

"Yah kalau harganya mahal, yah kita nda beli, yah cari lagi yang lain. Cari yang lebih murah.

Yah kalau bisa tawar menawar bisa jadi diambil juga toh"- wwnocr/AY/11-13.

Informan RA juga mengatakan hal yang sama. Informan lebih mencari harga murah.

"biasanya harganya segini, kalau misalnya terlalu tinggi dari harga yang dikisarkan itu, saya pergi cari yang lebih murah"- wwnocr/RA/95-97.

Informan NU mengatakan lebih memilih berbelanja di pasar tradisional karena berbelanja di pasar tradisional dinilai lebih hemat.

"Iya, karena umpama kita mau pergi belanja toh karena kan kita belanja pasar tradisional ini murah, seadanya juga uang biasa juga di dapat semua yang kita mau karena bagus belanja kayak begini, karena anu toh, biar sedikit uang pasti, yah bisa mencukupi"- wwnocr/NU/88-92.

Informan AY mengatakan bahwa informan menghindari harga barang yang terlalu mahal, sehingga informan sering melakukan tawar menawar untuk mencari harga yang murah.

"Yah kalau harganya mahal, yah kita nda beli, yah cari lagi yang lain. Cari yang lebih murah.

Yah kalau bisa tawar menawar bisa jadi diambil juga toh"- wwnocr/AY/11-13.

Sedangkan informan VN mengatakan jika harga barang murah, maka informan akan membeli banyak barang. Namun informan menghindari jika harga barang dinilai terlalu tinggi.

"Biasanyakan kalau murah pasti banyak juga dibeli, kalau mahal yah pasti diundur juga mikir-mikir"-wwnocr/VN/14-15.

Selain itu, informan juga menganggap berbelanja di pasar tradisional Pa'baeng-baeng dinilai lebih

murah dibandingkan dengan berbelanja di pasar lainnya. Seperti yang disampaikan oleh informan HS.

“Misalkan ee harganya pasar disini lebih murah di banding dengan pasar lainnya, sehingga ada beberapa hal kami lebih tertarik”- wwnocr/HS/10-12.

Namun berbeda dengan informan NH yang tidak lagi menjadikan harga sebagai pertimbangan dalam membeli kebutuhannya sehari-hari.

“ Tidak, kalau saya membeli langsung ji kan sudah berapa puluh tahun, saya langsung kasih kasih uang ta’ sekian toh, saya tidak bilang sudi apa, soalnya saya bilang eh hh seharga itu ji, nda pernah saya menawar, nda pernah saya anu”- wwnocr/ NH/31-35.

b. Faktor Pendapatan

Pendapatan adalah uang yang diterima seseorang maupun perusahaan berupa gaji, upah, sewa, bunga, laba dan lainnya. Makin tinggi pendapatan seseorang, maka tinggi daya belinya dalam memenuhi kebutuhan, sebaliknya jika pendapatannya rendah, maka akan semakin berkurang daya belinya untuk memenuhi kebutuhannya. Selama pandemi *covid-19*, pendapatan yang dimiliki pembeli sangat mempengaruhi pembeli dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

Selama pandemi *covid-19* responden merasa pendapatan sangat berpengaruh pada kemampuan daya belinya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Seperti yang disampaikan oleh informan CI yang membatasi belanja kebutuhannya karena kekurangan pendapatan.

“Jadi pasti berpengaruh karena kalau tidak ada pendapatan pasti eh belanja untuk kebutuhan sehari-hari dibatasi atau dipilih-pilihlah tidak seperti waktu ada pendapatan yah begitu”- wwnocr/CI/54-57.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Informan AY mengatakan pandemi *covid-19* sangat berdampak pada pendapatannya. Sehingga informan mengurangi kebutuhan yang dianggap tidak terlalu penting.

“Pastinya lebih kurang, nda belanja seperti biasanya. Belanja yah, cuman kebutuhan-kebutuhan yang pokok saja. Dikurangin karena sedikit toh pemasukan”- wwnocr/AY/30-32.

Informan HS juga merasakan dampak dari pandemi *covid-19* terhadap pendapatannya. Informan merasa pendapatannya berkurang sehingga mengurangi intensitas belanjanya.

“Bener sangat mempengaruhi karna eee dari masyarakat kecil kayak kami ini ee untuk kan usaha warung makan sehingga sangat berdampak sekali pengunjung yang datang makanya untuk belanja di pasar biasanya kami setiap hari datang kadang sehari sekali”-wwnocr/HS/16-20.

c. Faktor Selera

Selera adalah kemauan atau keinginan yang mempengaruhi seseorang untuk mengonsumsi maupun menggunakan barang dan jasa. Selama pandemi *covid-19* selera pembeli berkurang dipengaruhi oleh penghasilannya berkurang, sehingga pembeli tidak lagi bebas membeli maupun memilih barang yang disukainya sebelum pandemi *covid-19*.

Pandemi *covid-19* berpengaruh pada selera konsumen saat berbelanja di pasar tradisional. Hal ini pula dikarenakan pendapatan yang berkurang sehingga mempengaruhi selera konsumen ketika berbelanja. Informan HS mengatakan bahwa selernya dalam berbelanja sangat bergantung pada pendapatan yang diperolehnya.

“selera itu kan terkait adanya duit, kalau ada duit pasti selera akan daya beli pasti akan kuat, intinya berpengaruh sekali lah kurang ada duit sehingga selernya berkurang begitu”- wwnocr/HS/34-37.

Informan VN juga mengatakan pendapatan juga berpengaruh pada selernya dalam berbelanja. Sehingga informan lebih memilih untuk mengurangi kebutuhannya.

“Misalnya mau beli barang baju atau apa nah pasti difikirki lagi bilang ee kan

pendapatanku kurang jadi pengeluaran juga harus dikurangi”- wwnocr/VN/46-48.

Hal ini pula disampaikan oleh informan NU yang lebih memprioritas kebutuhan pokok, dikarenakan pendapatannya berkurang.

“Seperti makanan-makanan pokok itu, nda seperti biasanya anu juga uang kurang”- wwnocr/NU/36-37.

Namun, berbeda dengan responden CI yang merasa selaranya dipengaruhi pilihan makanan yang bersih dan bebas penyakit selama pandemi *covid-19*.

“tapi selama covid pasti berfikir bilang bersih ini kah, apa ji kah, jadi mending untuk lebih hemat juga, lebih hegenis juga mending bikin sendiri, beli bahan sendiri, bikin sendiri untuk lebih hematnya sih”- wwnocr/ CI/78-81.

PEMBAHASAN

a. Faktor Harga

Menurut Kotler dan Amstrong, harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh pengguna untuk membeli suatu produk (Lubalu, 2020). Berdasarkan hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa selama pandemi *covid-19*, harga mempengaruhi pembeli dalam menentukan keputusan untuk membeli barang maupun kebutuhannya sehari-hari. Hasil temuan juga menunjukkan, pembeli lebih memilih harga yang murah ketika berbelanja di pasar tradisional.

b. Faktor Pendapatan

Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung (Rachmawati et al., 2019). Berdasarkan hasil temuan di lapangan selama pandemi *covid-19*, pendapatan pembeli sangat berkurang sehingga berdampak pada kemampuan daya beli dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini sejalan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Musyawirah, 2016) menjelaskan bahwa daya beli masyarakat meningkat dengan naiknya pendapatan, dan sebaliknya jika pendapatan turun, daya beli masyarakat juga turun. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Pakpahan (2020) selama pandemi banyak tenaga kerja dalam kategori informal dan pekerja harian mengalami penghasilan yang menurun atau bahkan kehilangan sehingga berpengaruh pada tingkat konsumsi dan daya beli masyarakat.

c. Faktor Selera

Selera adalah keinginan yang mempengaruhi seseorang untuk mengkonsumsi maupun menggunakan barang dan jasa. Berdasarkan hasil temuan di lapangan, selama pandemi *covid-19* selera konsumen lebih ditentukan pendapatan yang dimiliki pembeli tersebut. Hasil temuan menunjukkan selera pembeli mengalami perubahan selama pandemi *covid-19* dikarenakan pendapatan yang mereka berkurang, sehingga pembeli membantasi produk yang tidak dibutuhkan. Selain itu, salah satu informan mengatakan lebih tertarik membeli produk yang higienis. Informan merasa khawatir jika membeli makanan yang tidak higienis selama pandemi *covid-19*.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki banyak kekurangan seperti informan yang didapatkan masih perlu dikembangkan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah wawancara penelitian yang kurang mendalam dan masih kurangnya pengalaman peneliti dalam melakukan observasi dan wawancara secara mendalam, sehingga hasil penelitian yang diperoleh tidak menggambarkan permasalahan secara utuh.

KESIMPULAN

1. Pendapatan memiliki dampak pada kemampuan daya beli masyarakat. Selama pandemi covid-19 pendapatan masyarakat sangat berkurang sehingga berdampak pada kemampuan daya belinya dalam memenuhi kebutuhan.

2. Selera masyarakat mengalami perubahan selama pandemi covid-19 dikarenakan pendapatan yang mereka berkurang, sehingga masyarakat membantasi produk yang tidak dibutuhkan.
3. Harga mempengaruhi pembeli dalam menentukan keputusan untuk membeli barang maupun kebutuhannya sehari-hari. Hasil temuan juga menunjukkan, masyarakat lebih memilih harga yang murah ketika berbelanja di pasar tradisional.
4. Dampak yang ditimbulkan pandemi covid-19 terhadap daya beli masyarakat pada pasar tradisional Pa'baeng-baeng kota Makassar antara lain pendapatan menurun mengakibatkan melemahnya daya beli masyarakat sehingga mempengaruhi selera masyarakat yang cenderung membatasi kebutuhan konsumsinya sehari-hari. Selain itu, daya beli masyarakat juga ditentukan oleh harga barang yang murah untuk menentukan keputusannya dalam membeli.

SARAN

Berdasarkan temuan di lapangan yang telah dilakukan oleh peneliti maka pemerintah kiranya dapat memperhatikan dampak buruk *covid-19* terhadap daya beli masyarakat dan lebih memperdalam dampak pendapatan terhadap daya beli masyarakat yang kurang mampu selama covid.

DAFTAR REFERENSI

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher). Bank Indonesia. (2020a). *Data Inflasi*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/data-inflasi.aspx>
- Bank Indonesia. (2020b). *Survei Konsumen - Desember 2020*. Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Documents/SK_Desember_2020.pdf
- Felicia, F. V. (2020). Manifestasi klinis infeksi covid-19 pada anak. *Cermin Dunia Kedokteran*, 47(8), 420–423.
- Imron, A., & Syafa'at, M. (2020). Revitalisasi Home Industry Berbasis Modal Sosial Sebagai Strategi Ketahanan Ekonomi Menghadapi Pandemi Covid-19. *Prosiding Nasional Covid-19*, 97–101.
- Lubalu, A. O. S. (2020). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Idola Poso. *Ekomen*, 17(1), 34–39.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 59–64.
- Rachmawati, I., Handoko, Y., Nuryanti, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 3(1). <https://jurnalfti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/view/222>
- Ristyningrum, A. (2020, July 1). *4 Pasar di Makassar Jadi Percontohan Protokol Kesehatan Covid-19*. *Bisnis.Com*. <https://sulawesi.bisnis.com/read/20200629/539/1258965/4-pasar-di-makassar-jadi-percontohan-protokol-kesehatan-covid-19>
- Saiful Mujani Reserach and Consulting (SMRC). (2020). *Wabah Covid-19: Sikap Atas Kebijakan Dan Kondisi Ekonomi Warga*. Saiful Mujani Reserach and Consulting(SMRC). <https://saifulmujani.com/wp-content/uploads/2020/04/rilis-covid-april-2020-final-rev-1.pdf>
- Sari, D. (2020). Fenomena Ekonomi Dan Perdagangan Indonesia Di Masa Pandemi Corona Virus Disease-19 (Covid-19). *AKTIVA: Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 5(1), 81–93.
- Sihombing, I. K., Dewi, I. S., & Astika, A. (2019). Analisis kepuasan konsumen pada pasar tradisional sebagai dampak dari revitalisasi pasar tradisional di Kota Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 2(1).
- Musyawirah, S. (2016). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Beli Masyarakat di Pasar*

Senggol Kota Makassar [Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar].
<http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/9357>

Sumarni, Y. (2020). Pandemi Covid-19: Tantangan ekonomi dan bisnis. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 46–58.

Suwendra, I. W. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif dalam ilmu sosial, pendidikan, kebudayaan dan keagamaan*. Nilacakra.
