

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang Masalah**

Perang melawan Coronavirus disease (Covid-19) masih terus berlangsung hingga saat ini. Pandemi Covid-19 menggoyahkan perekonomian negara-negara di dunia. Tidak hanya negara berkembang saja, faktanya, perekonomian negara-negara lain yang sudah menjadi negara maju pun ikut terguncang. Upaya untuk melawan pandemi Covid-19 tidak lagi hanya berbicara tentang pemulihan kesehatan tetapi juga upaya menjaga kestabilan perekonomian. Munculnya pandemi Covid-19 seakan menambah parah kondisi perekonomian dunia yang sebelumnya juga sudah cukup terpuruk karena dampak perang dagang (Juli, 2020).

Di Indonesia, semenjak diumumkan penyebarannya pertama kali pada awal Maret 2020 lalu, Covid-19 seakan mulai memberikan pukulan pada hampir seluruh ekonomi dalam negeri (Jaelani et al, 2021). Tidak hanya kalangan menengah ke bawah yang merasakan pukulan ini. Masyarakat dengan pendapatan menengah ke atas pun harus memutar otak karena kondisi perekonomian yang tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya. Di satu sisi, proses produksi terhambat sebagai akibat dari anjuran Pemerintah mengenai social distancing dan stay at home demi memutus mata rantai penyebaran Covid-19 (Juli, 2020).

Pembatasan ini berdampak pada berkurangnya pendapatan pelaku usaha. Di sisi lain, perusahaan memiliki kewajiban untuk membayar gaji pegawai atau pekerja. Hal ini membuat sebagian besar perusahaan yang tidak sanggup untuk membayarkan gaji para pegawainya pun harus memilih merumahkan atau bahkan melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) terhadap pegawai mereka. (Juli, 2020) beberapa perusahaan tidak memberikan kompensasi kepada para pegawainya, sehingga para keluarga pegawai yang terkena PHK harus mencari cara agar tetap memenuhi kebutuhan sehari-harinya (Juli, 2020)

Penurunan aktivitas ekonomi selanjutnya berdampak pada banyak terjadinya pengangguran di dunia. UN-DESA mencatat jutaan para pekerja beresiko kehilangan pekerjaannya ketika hampir seratus negara menutup akses dan membatasi kegiatan nasional mereka. Terjadinya pengangguran di dunia ini menyebabkan kontraksi ekonomi global terutama jika dari pihak pemerintah gagal dalam menciptakan pendapatan dan meningkatkan belanja konsumen. Pengangguran akan menyebabkan guncangan penawaran menjadi guncangan permintaan yang lebih luas lagi bagi perekonomian dunia. Indonesia sebagai salah satu negara di dunia tidak lepas dari wabah Covid-19 (Juli, 2020).

Kementerian Ketenagakerjaan mencatat ada kurang lebih 1.722.958 orang tenaga kerja yang dirumahkan dan terkena PHK sampai Mei 2020 sebagai dampak asal pandemi Covid-19. Jumlah pekerja yang harus dirumahkan mencapai 1.032.960 orang, sementara pekerja yang terkena PHK mencapai 689.998 orang. Fenomena peningkatan jumlah pengangguran ini tidak hanya terjadi pada Indonesia saja, beberapa negara yang antara lain yakni Amerika perkumpulan pula mengalami peningkatan angka pengangguran akibat Covid-19. Kehilangan pekerjaan membuat rakyat kehilangan pendapatan. Bertahan menggunakan tabungan yang ada tentu sebagai pilihan terakhir, meskipun warga sendiri tidak tahu hingga kapan pandemi ini akan berakhir (Juli, 2020).

Terlebih lagi, ancaman lonjakan harga bahan pokok pun cukup meresahkan. Meskipun waktu pemberlakuan banyak sekali kebijakan Pemerintah untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19 seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), Pemerintah permanen berusaha untuk menjaga proses produksi agar bisa berjalan dengan baik, namun hal itu diperkirakan belum bisa menjamin harga barang akan tetap stabil. Pasalnya, harga bahan utama yang digunakan untuk proses produksi sebagian besar diimpor dan berasal dari negara lain. Seiring melemahnya rupiah terhadap dolar bukan mustahil harga bahan utama semakin tinggi. Dampaknya biaya produksi akan semakin tinggi dan produsen pun harus menaikkan harga barang (Juli, 2020).

Dengan adanya kebijakan pembatasan sosial Berskala Besar (PSBB), yang mana segala bentuk kegiatan di batasi. Dengan begitu pemenuhan kebutuhan hidup dapat dilakukan dengan bertransaksi secara online. Tindakan untuk memenuhi kebutuhan hidup seseorang merupakan perilaku konsumen. Menurut The American Marketing Association, perilaku konsumen adalah proses membagi interaksi dinamis dari pengaruh kesadaran, perilaku dan lingkungan dimana seseorang melakukan pertukaran aspek kehidupannya. Hal-hal tersebut (perilaku konsumen) yang mendasari seseorang untuk membuat keputusan pembelian. Pengambilan keputusan diambil dengan mudah oleh seorang konsumen jika barang berharga jual murah (rendah), dan akan dipertimbangkan dengan matang dalam proses pengambilan keputusan untuk barang berharga jual tinggi (mahal) (Aprillita & Perkasa, 2021).

Dampak ekonomi lainnya yang diakibatkan oleh peningkatan penyebaran COVID-19 bisa dirasakan, mulai dari fenomena panic buying, terjun bebasnya indeks harga saham, terdepresiasinya nilai tukar Rupiah terhadap Dolar Amerika Serikat (USD), lesunya kegiatan industri pengolahan (manufaktur), dan pada akhirnya berimbas pada perlambatan pertumbuhan ekonomi (Santosa, 2020).

Kesejahteraan masyarakat dapat diukur dari daya beli masyarakatnya. Peningkatan permintaan atas suatu produk distimulus oleh tingkat pendapatan masyarakat miskin dan kemudian menciptakan kondisi pertumbuhan ekonomi. Kenaikan permintaan harus selaras dengan kenaikan pendapatan. Nilai elastisitas positif maka barang pun menjadi disebut sebagai barang normal. Elastisitas merupakan ukuran derajat kepekaan terhadap setiap perubahan harga (Hidayati & Maskuri, 2020).

Dari sisi konsumsi, pola konsumsi masyarakat akibat penyebaran COVID-19 secara otomatis akan berubah. Masyarakat akan cenderung untuk tidak melakukan kegiatan perjalanan atau pariwisata dan lebih cenderung meningkatkan konsumsi pada barang-barang kebutuhan pokok yang dianggap lebih penting sebagai antisipasi terjadinya pembatasan pergerakan manusia. Secara keseluruhan, tingkat konsumsi akan cenderung turun karena harga yang

terdistorsi akibat mahal biaya transportasi dan logistik barang. Sementara itu, dari sisi produksi, beberapa sektor utama di Indonesia juga akan terdampak akibat penyebaran COVID-19, khususnya industri pengolahan (manufaktur) (Santosa, 2020).

Sebelum COVID-19 merebak di Indonesia, pertumbuhan ekonomi Indonesia di kuartal keempat 2019 telah berada di bawah 5 persen, tepatnya berada di angka 4,97 persen. Kondisi tersebut jelas membuat pertumbuhan ekonomi Indonesia di tahun 2019 lebih rendah dari target yang ditetapkan pemerintah (5,3 persen) atau tepatnya hanya berada di angka 5,02 persen. Bahkan angka tersebut lebih rendah dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi tahun sebelumnya (2018), yaitu sebesar 5,17 persen (Santosa, 2020).

Menteri keuangan Sri Mulyani Indrawati memperkirakan daya beli masyarakat atau tingkat konsumsi rumah tangga akan merosot tajam pada kuartal II 2020, atau lebih lemah dibandingkan dengan realisasi daya beli pada kuartal I 2020. BPS mencatat tingkat konsumsi rumah tangga merosot ke level 2,84% di kuartal I-2020 jika dibandingkan pada kuartal IV-2020 yang sebesar 5,02%. "Kuartal II kita harus antisipasi lebih dalam lagi jatuhnya," dikutip dari statement Sri Mulyani saat raker dengan (Santosa, 2020).

Berbagai upaya dilakukan pemerintah untuk menjaga daya beli masyarakat ketika di saat bersamaan banyak dari mereka yang harus kehilangan separuh bahkan seluruh pendapatan karena dirumahkan atau di PHK. Skema bantuan melalui Jaring pengaman Sosial dilakukan untuk melindungi kelompok ini agar tidak terjerumus dalam jurang kemiskinan. Bantuan diberikan seperti Bantuan Langsung Tunai (BLT), Kartu Sembako, Kartu Prakerja, subsidi listrik untuk golongan tertentu, dan bantuan sosial khusus lainnya. Meskipun demikian, proses penyaluran bantuan ini dirasa perlu untuk selalu dikawal dan dievaluasi secara intensif agar tepat sasaran. Di sisi lain, bagi kelompok yang masih bekerja di tengah pandemi, pemberian Tunjangan Hari Raya (THR) bisa menjadi angin segar ditengah degradasi pendapatan. Seperti tahun-tahun sebelumnya, pemberian THR dapat berperan

sebagai booster dalam rangka menggenjot pengeluaran konsumsi bagi masyarakat (Setianingsih, 2019).

Kondisi perekonomian masyarakat memberikan dampak terhadap menurunnya daya beli masyarakat. Daya beli adalah kemampuan konsumen untuk membeli banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu, dan juga pada tingkat pendapatan tertentu dalam periode tertentu. Daya beli dalam suatu negara tergantung pada tingkat pendapatan perkapitanya. Dimana semakin tinggi pendapatan perkapita suatu negara menunjukkan bahwa semakin tinggi pula tingkat kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat dinegara tersebut (Setianingsih, 2019).

Berbicara mengenai daya beli dan stabilitas ekonomi tentu tidak bisa terlepas dari stabilitas harga. Demi menjaga kestabilan harga perlu dipastikan bahwa rantai pasokan barang dan jasa berjalan lancar. Untuk itu, ada dua hal penting yang perlu diawasi oleh Pemerintah yaitu kelancaran proses produksi serta distribusi barang dan jasa. Proses produksi harus tetap berjalan demi ketersediaan stok barang. Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pemberian relaksasi kredit tentu akan sangat membantu ditengah ketidakpastian pendapatan saat pandemi Covid-19. Sementara itu, kelancaran distribusi barang jasa dapat mencegah terjadinya kelangkaan atau kekosongan barang sehingga berdampak pada lonjakan harga yang berujung inflasi di pasaran (Juli, 2020).

Daya beli juga tidak terlepas dari teori penawaran dan permintaan, dimana penawaran ialah semakin tinggi penawaran maka akan semakin rendah permintaan, sebaliknya semakin rendah penawaran maka permintaannya pun semakin tinggi. dan sedangkan permintaan ialah jika permintaan tinggi dan bahan baku berkurang maka harga yang ditawarkan pun akan tinggi sebaliknya jika permintaan sedikit dan bahan baku berlimpah maka penawaran pun akan rendah.

Kemampuan daya beli konsumen terhadap suatu barang dapat diukur dari harga barang itu sendiri, harga barang lain yang terkait, tingkat pendapatan perkapita, selera atau kebiasaan, jumlah penduduk, perkiraan harga di masa



yang akan datang, distribusi pendapatan, usaha-usaha produsen dalam meningkatkan penjualan (Rwana, 2018).

Kegiatan ekonomi Indonesia banyak ditopang oleh impor dari China yang untuk sementara waktu menurunkan aktivitas ekonominya akibat Covid-19 di Wuhan China. Covid-19 mengakibatkan jalur distribusi impor bahan baku dari China terganggu hal ini menyebabkan biaya produksi meningkat. Biaya produksi yang meningkat menyebabkan terjadinya kenaikan harga barang yang memicu inflasi. Bila terjadi inflasi rumah tangga akan menurunkan konsumsinya karena daya beli masyarakat juga menurun yang mengakibatkan pertumbuhan ekonomi akan mengalami penurunan (Yuniati & Amini, 2020).

Kampung sawah adalah daerah kecil yang berada di pinggiran kota Jakarta utara yang masih masuk dalam kecamatan Cilincing. Terdiri dari 11 rukun tetangga. Dimana masyarakat kampung sawah juga tidak terlepas dari dampak yang diakibatkan oleh adanya pandemi Covid-19 ini. Banyak warganya yang harus kehilangan pekerjaan karena harus di (PHK) oleh tempatnya bekerja. Selain para pegawai banyak juga wirausaha yang mengalami penurunan pendapatannya. Tidak hanya kepala rumah tangga yang harus memikirkan jalan keluar dari krisis ekonomi rumah tangga nya namun anggota keluarga yang lainnya juga harus memutar otak agar kebutuhan sehari-hari terpenuhi.

Dilihat dari penurunan kondisi ekonomi yang masyarakat kampung sawah alami, maka kemampuan daya beli masyarakat kampung sawah yang dimiliki dapat dikatakan menurun akibat adanya pandemi covid-19. Selain dari menurunnya daya beli masih banyak lagi yang dirasakan seperti contohnya kenaikan harga bahan pangan yang merupakan kebutuhan penting bagi setiap masyarakat kampung sawah. Sebelum adanya pandemi covid-19 mayoritas masyarakat kampung sawah adalah masyarakat dengan tingkat perekonomian menengah kebawah yang mana para penduduknya bekerja sebagai wiraswasta atau buruh.

Sebelum adanya pandemi covid-19 kemampuan daya beli masyarakat kampung sawah bisa terbilang tidak terlalu tinggi. Dan tambah dengan kondisi yang sekarang membuat daya beli masyarakat kampung sawah semakin menurun. Namun dengan adanya kebijakan pemerintah yakni untuk membagikan bantuan kepada masyarakat yang terkena dampak pandemi covid-19 seperti membagikan sembako, memberikan potongan pembayaran listik, dan juga memberikan bantuan uang tunai kepada masyarakat. Dimana masyarakat kampung sawah juga sempat merasakan keuntungan dari adanya kebijakan tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Analisis Daya Beli Masyarakat Kampung Sawah Di Era Covid-19”** untuk membahas beberapa permasalahan utama yang diangkat oleh penulis.

#### **B. Batasan Masalah**

Penulis membatasi masalah dalam penelitian ini untuk menghindari meluasnya masalah yang akan dibahas dan memberikan kemudahan dalam proses penelitian. Oleh karena itu, pembatasan masalah penelitian ini hanya pada analisis daya beli masyarakat kampung sawah di era Covid-19.

#### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dalam penelitian ini penulis akan menjawab hal-hal yang berkaitan dengan:

1. Bagaimana gambaran masyarakat kampung sawah di era Covid-19?
2. Bagaimana daya beli masyarakat kampung sawah di era Covid-19?
3. Apa tantangan dan hambatan yang mempengaruhi daya beli masyarakat kampung sawah di era Covid-19?

#### **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Tujuan yang hendak di capai penulis dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran masyarakat kampung sawah di era Covid-19.
2. Untuk mengetahui daya beli masyarakat kampung sawah di era Covid-19.

3. Untuk mengetahui tantangan dan hambatan yang mempengaruhi daya beli masyarakat kampung sawah di era Covid-19.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Dari kajian dan pemaparan dalam penelitian ini, diharapkan membawa manfaat, antara lain:

1. Bagi peneliti

Dapat mengimplementasikan dan membandingkan teori-teori yang telah diperoleh di bangku kuliah dan melihat, mengamati, serta mengetahui keadaan sebenarnya yang di hadapi di lingkungan sekitar

2. Bagi akademik

Penelitian ini di harapkan mampu memberikan kontribusi dalam penyusunan penelitian berikutnya. Khususnya pada jurusan ekonomi syariah mengenai masalah daya beli masyarakat.

3. Bagi masyarakat kampung sawah

Dapat memberikan pengetahuan tentang upaya dalam mengatasi masalah yang sedang di hadapi ketika pendapatan ekonomi yang sedang menurun dan mengakibatkan kemampuan daya beli berkurang.

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu tentang daya beli masyarakat di masa pandemi Covid-19 masih belum banyak. Namun peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang dapat di jadikan acuan dalam penulisan penelitian ini, penelitian terdahulu antara lain:

- 1) Nurmi Marfuah, et al (2020)

Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran yang di lakukan oleh Pt. Graha Repuja Rahmanmandiri Banjarmasin dimasa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi perusahaan. Hasil dari penelitian ini adalah adapun strategi yang dilakukan Pt. Graha Repuja Rahman Mandiri Banjarmasin sebelum memasuki masa Covid-19 yaitu dengan personal selling atau presentasi lisan. Ketika masa pandemi Covid-



19 selain melakukan personal selling perusahaan ini juga melakukan berbagai promosi penjualan melalui media sosial, selebaran, brosur, media online dan lainnya.

Persamaan pada penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas tentang daya beli masyarakat. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, pada penelitian yang akan dilakukan berfokus pada masyarakat yang terdampak pandemi Covid-19 (Rofifah, 2020).

## 2) Santosa (2020)

Hasil yang di dapat dari penelitian ini ialah, bahwa secara menyeluruh dapat diartikan seluruh jenis pekerjaan diberbagai sektor merasakan atau terdampak pandemic Covid-19 dengan sangat signifikan dari hasil penelitian didapatkan bawah  $t_{hitung} (6,548) > t_{tabel} (1,980)$  dan nilai sig  $0,005 < 0,005$ , yang dimana pendapatan responden sebelum dan sesudah Covid-19 sangat berdampak dan terlihat secara signifikan terhadap pendapatan responden. Dan juga daya beli kebutuhan pribadi sebelum dan sesudah Covid-19 juga sangat berdampak secara signifikan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif survey dengan desain penelitian cross sectional study melalui kuisisioner survey yang dibagikan menggunakan google form yang di sebarakan melalui whatsapp dan facebook ke jejaring selama satu minggu. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probabilitiy sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat dengan berbagai jenis sektor pekerjaan yang berada di Jawa Tengah dan yang dapat mengakses google form.

Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai daya beli masyarakat di masa pandemi Covid-19. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian (Santosa, 2020).

## 3) Deby Silvia, et al (2021)

Hasil dari penelitian ini ialah, variable inflasi terhadap daya beli masyarakat tidak berpengaruh terhadap daya beli masyarakat sehingga tinggi atau rendahnya inflasi tidak mampu mempengaruhi daya beli di kabupaten sidoarjo selama tahun penelitian. Variable PDRB terhadap daya

beli masyarakat berpengaruh positif terhadap daya beli masyarakat sehingga setiap kenaikan PDRB akan diikuti dengan peningkatan daya beli masyarakat. Metode penelitian ini yaitu kuantitatif, pengambilan data dilakukan di Badan Pusat Statistika Kabupaten Sidoarjo. Menggunakan data sekunder, yaitu data inflasi, Produk Domestik Regional Bruto, Upah minimum Kabupaten dan daya beli. Teknik pengujian data yang digunakan antara lain, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heterokedasitas dan analisis regresi linear berganda.

Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang daya beli masyarakat. Sedangkan perbedaannya yaitu objek pembahasannya tidak ada pembahasan daya beli di masa pandemi Covid-19 dan juga lokasi penelitian yang berbeda (Silvia et al., 2021).

4) Eva Margaret S.N (2019)

Hasil dari penelitian ini yaitu, merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli konsumen di PT. Indako Trading Coy Medan. Kemudian iklan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli konsumen di PT. Indako Trading Coy Medan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang mana secara keseluruhan informasi yang dikumpulkan dan dinyatakan dengan angka-angka seperti jumlah penjualan tahun. 2016-2018. Adapun teknik pengumpulan data sebagian besar dilakukan dengan membagikan kuesioner di PT. Indako Trading Coy Krakatau Medan.

Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang daya beli, sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada objek dan juga lokasi penelitian (Nainggolan & Oeilliam, 2019).

5) Johan Budiman (2018)

Hasil dari penelitian ini ialah, bahwa daya beli memang mempunyai pengaruh yang positif terhadap hasil penjualan, terbukti dari hasil yang di peroleh bahwa nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ . Bahwa strategi pemasaran mempunyai pengaruh positif terhadap hasil penjualan, terbukti dari hasil yang diperoleh bahwa nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ .

Dengan begitu daya beli dan strategi pemasaran secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh positif terhadap hasil penjualan, terbukti dari hasil yang di peroleh yaitu nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada nilai  $r_{tabel}$  yang sudah di tetapkan.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang daya beli masyarakat. Sedangkan perbedaannya yaitu pada objek dan fokus permasalahannya dan tidak ada pembahasan dimasa pandemi Covid-19 (Budiman, 2018).

6) Dwi Aprilita, et al (2021)

Hasil penelitian ini yaitu terdapat pengaruh kemudahan layanan serta harga produk yang ditawarkan oleh retail online terhadap keputusan belanja online, tidak adanya pengaruh produk belanja online terhadap keputusan belanja online, kemudahan layanan dalam berbelanja online sangat dimanfaatkan oleh konsumen selama masa pandemic masih berlangsung terlebih melihat harga produk yang bervariasi serta lebih murah membuat konsumen lebih mengoptimalkannya selama masa bekerja dari rumah (WFH). Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, dan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan membagikan kuesioner.

Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang daya beli masyarakat. Sedangkan perbedaannya terletak pada focus masalah yaitu daya beli pada sektor online retail (Aprillita & Perkasa, 2021).

7) Mila Yulia H, et al (2019)

Hasil dari penelitian ini yaitu faktor yang mempengaruhi meningkatnya daya beli masyarakat adalah penggunaan digital marketing yang memiliki pengaruh paling dominan dalam meningkatkan daya beli masyarakat karena penggunaan digital marketing tidak harus memiliki pemahaman dan pengetahuan saja tapi diperlukan kemampuan dalam mengelola dan memanfaatkan layanan aplikasi belanja online dengan baik agar memiliki daya tarik terhadap produk dan pilihan produk sehingga penggunaan digital marketing bisa maksimal. Penelitian ini menggunakan

metode penelitian yaitu pendekatan deskriptif kuantitatif dengan sifat penelitian yaitu explanatory. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pengguna layanan digital marketing sebesar 120.856 orang responden dan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin diperoleh sebanyak 100 orang responden digunakan dalam penelitian ini.

Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang daya beli masyarakat. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada fokus pembahasannya dan juga lokasi penelitian, yaitu pengaruh penggunaan digital marketing terhadap peningkatan daya beli masyarakat di kota medan (Herosian & Samvara, 2019).

8) Yulfita A'ini, et al (2016)

Hasil dari penelitian ini yaitu, pengaruh penurunan harga karet mentah terhadap daya beli masyarakat sangat tinggi hal ini dapat di lihat dari menurunnya pengunjung pasar desa pasir jaya semenjak harga karet mentah turun dipasaran. Penurunan harga karet mentah memberikan pengaruh terhadap daya beli masyarakat di pasar desa pasir jaya, dimana terbuhtinya semakin sulit masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya semenjak harga karet mentah turun dipasaran yang menyebabkan pendapatan mereka juga ikut menurun. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dimana pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang berisi 20 butir pertanyaan dan di bagikan kepada 85 responden yang memiliki penghasilan dari penjualan karet mentah. Pengambilan sampel teknik yang peneliti lakukan yaitu dengan menggunakan rumus lovin. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai daya beli masyarakat. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus masalah dan lokasi penelitian yaitu pengaruh penurunan harga karet mentah terhadap daya beli masyarakat, dan berlokasi di pasar desa pasir jaya (Jannah et al., 2016).

9) Khusnul. F (2021)

Hasil dari penelitian ini ialah sebagian masyarakat mengalami penurunan daya beli karena menurunnya penghasilan dan PHK, dan disisi lain terjadi panic buying. Panic buying dan pile up terjadi selama pandemic Covid-19, tak terkecuali di Indonesia. Panic buying dilakukan dengan berbagai alasan, yang secara umum adalah untuk proteksi diri dari penularan virus Covid-19. Perilaku konsumsi masyarakat mengalami perubahan. Jenis penelitian ini yaitu kualitatif analitis, dengan mempelajari perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi pada masa pandemic. Data menunjukkan bahwa pandemi ini berdampak sistemik tak terkecuali di bidang ekonomi.

Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang daya beli di masa pandemic Covid-19. Sedangkan perbedaannya yaitu pada fokus masalahnya, fokus masalah pada penelitian ini yaitu penurunan daya beli dan panic buying yang dilihat dari tinjauan syariahnya (Khusnul, 2021).

10) Shadiqin Nawara, et al (2021)

Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa harga sangat mempengaruhi permintaan atau daya beli masyarakat. Jika harga dinilai terlalu tinggi, maka permintaan cenderung akan menurun. Dan sebaliknya jika harga dinilai terlalu rendah maka permintaan cenderung akan meningkat. Saat ini situasi mengalami tekanan yang cukup berat. Upaya yang dapat dilakukan untuk bisa meningkatkan daya beli masyarakat yaitu dengan melakukan perubahan harga yang lebih kecil dari sebelumnya. Hal ini dibuktikan dengan dilakukannya analisis matematis regresi linear berganda pada hasil penelitian dan pembahasan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif . penelitian dilakukan dengan menggunakan data perubahan harga jual pada produk. Data yang diperoleh nantinya akan diolah dengan cara matematis melalui regresi linier sederhana.

Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang daya beli masyarakat dimasa pandemi Covid-19. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus masalah yaitu strategi bisnisnya (Nawara et al., 2021).



## G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dapat berisi gambaran tentang pola antar hubungan antara variabel maupun kerangka konsep yang digunakan oleh penelitian untuk menjawab permasalahan yang diteliti. Kerangka pemikiran dapat berupa teori, evidensi-evidensi, dan dapat pula berupa pemikiran penelitian sendiri. Kerangka pemikiran harus dirumuskan dalam bentuk kalimat deklaratif. Jadi, bukan dengan kalimat pertanyaan, kalimat saran, ataupun kalimat pengharapan (Dalman, 2015). kerangka pemikiran ini dibuat untuk menjadi acuan teori terhadap masalah yang akan diteliti.

### 1. Daya beli

Robbins (2004) mengungkapkan bahwa daya beli adalah kapasitas seseorang individu untuk melakukan tugas dalam suatu pekerjaan dan motivasi sebagai proses yang menjelaskan tentang intensitas arah, dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya. Dan menurut M.John mendefinisikan kemampuan yakni bakat seseorang untuk melakukan tugas mental atau fisik. Kemampuan keseluruhan seseorang individu pada dasarnya terdiri atas dua kelompok yaitu faktor intelektual dan fisik (Rwana, 2018).

Daya beli menurut Putong (2003) adalah kemampuan konsumen membeli banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Daya beli menurut Rahardja adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu (Rwana, 2018).

Kemampuan daya beli dapat disimpulkan kapasitas konsumen dalam membeli banyaknya barang yang di minta disuatu pasar dengan tingkat harga pada pendapatan tertentu dan dalam periode waktu tertentu. Konsumen dengan daya beli rendah atau pendapatannya relatif kecil akan cenderung mengkonsumsi produk yang relatif murah dengan jumlah yang relatif sedikit agar dapat memenuhi kebutuannya, karena sumber dayanya terbatas, maka konsumen golongan ini akan cenderung membuat prioritas

konsumsi sesuai dengan tingkat kebutuhannya. Sedangkan konsumen yang memiliki sumber daya yang besar maka akan tidak terlalu sensitif dengan harga. Konsumen akan membeli sesuai dengan kuantitas dan kualitas yang konsumen inginkan tanpa terlalu peduli dengan harganya (Rwana, 2018).

## **2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemampuan Daya Beli**

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kemampuan daya beli dari suatu barang yaitu :

### **a. Harga barang itu sendiri**

Harga menurut Indriyo Gitosudarmo (2012) dalam bukunya Sunyoto adalah nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu. Daya beli suatu barang dilihat dari harga suatu barang semakin murah, maka daya beli terhadap barang itu bertambah, begitu juga sebaliknya, sesuai dengan hukum permintaan yang menyatakan jika harga suatu barang naik ceteris paribus, maka jumlah barang itu yang diminta semakin berkurang dan sebaliknya (Rwana, 2018).

### **b. Harga Barang Lain yang Terkait**

Harga barang lain dapat mempengaruhi permintaan suatu barang, tetapi kedua barang mempunyai keterkaitan. Keterkaitan barang tersebut dapat bernilai substitusi (pengganti) dan bersifat complement (pelengkap). Barang substitusi (pengganti), yaitu barang yang menggantikan barang lainnya, jika barang tersebut dapat menggantikan fungsinya. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya, ketika barang pengganti bertambah murah, maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan. Barang komplementer (pelengkap), yaitu barang yang dikonsumsi bersama-sama atau berpasangan. Kenaikan atau penurunan permintaan barang pelengkap selalu sejalan dengan perubahan

permintaan barang yang dilengkapinya, jika permintaan barang yang dilengkapi naik, maka permintaan barang pelengkap juga naik (Rwana, 2018).

c. Tingkat Pendapatan Per Kapita

Pendapatan per kapita menurut Sadono Sukirno adalah adalah besarnya pendapatan rata-rata penduduk disuatu negara. Pendapatan per kapita didapatkan dari hasil pembagian pendapatan nasional suatu negara pada satu tahun tertentu dengan jumlah penduduk negara pada tahun tersebut. Tingkat pendapatan perkapita dapat mencerminkan daya beli. semakin tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat sehingga permintaan suatu barang meningkat (Rwana, 2018).

d. Selera atau Kebiasaan

Selera atau kebiasaan dapat mempengaruhi permintaan suatu barang. selera konsumen yang semakin tinggi terhadap suatu barang semakin banyak barang yang diminta, setiap orang mempunyai selera yang sangat berbeda-beda tergantung pada kualitas dan cita rasa suatu barang, sedangkan kebiasaan adalah suatu barang yang dikonsumsi setiap hari. Selera konsumen dapat dinyatakan dalam indeks preferensi konsumen. Indeks ini dapat diperbaharui setiap saat dengan dasar survei mengenai tingkah laku konsumen terhadap barang yang bersangkutan (Rwana, 2018).

e. Jumlah Penduduk

Daya beli berhubungan positif dengan jumlah penduduk semakin banyak jumlah penduduk daya beli suatu barang semakin banyak. Pertambahan jumlah penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan bertambahnya permintaan, tetapi pertambahan penduduk akan diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja, lebih banyak orang yang menerima pendapatan lebih bertambah pula daya beli konsumen (Rwana, 2018).

f. Perkiraan Harga di Masa Mendatang

Konsumen memperkirakan sebelum barang mengalami kenaikan harga dan adanya isu kenaikan harga suatu barang maka permintaan terhadap barang yang akan mengalami kenaikan terjadi peningkatan, lebih baik membeli barang itu sekarang, sehingga mendorong orang untuk membeli lebih banyak saat ini guna menghemat belanja di masa mendatang (Rwana, 2018).

g. Distribusi Pendapatan

Tingkat pendapatan per kapita bisa memberikan kesimpulan yang salah bila distribusi pendapatan buruk, karena sebagian kecil kelompok masyarakat menguasai perekonomian, jika distribusi pendapatan buruk, berarti daya beli secara umum melemah, sehingga permintaan terhadap suatu barang menurun. Distribusi pendapatan masyarakat sangat menentukan tinggi rendahnya suatu barang, pendapatan masyarakat yang tinggi mampu mendorong masyarakat memenuhi keinginannya, dengan pendapatan yang tinggi maka mampu memenuhi keinginan masyarakat untuk membeli barang itu sehingga permintaan terhadap barang tersebut meningkat karena daya beli dan pendapatan masyarakat meningkat. Sebaliknya, jika pendapatan masyarakat buruk atau rendah maka permintaan terhadap barang tersebut ikut rendah dikarenakan daya beli atau kemampuan untuk membeli barang tersebut tidak ada (Rwana, 2018).

h. Usaha-Usaha Produsen Meningkatkan Penjualan

Usaha produsen meningkatkan penjualan dalam perekonomian yang moderen, bujukan para penjual untuk membeli barang besar sekali peranannya dalam mempengaruhi konsumen. Pengiklanan memungkinkan masyarakat untuk mengenal suatu barang baru atau menimbulkan permintaan terhadap barang, selain untuk barang-barang yang sudah lama pengiklanan akan mengingatkan orang tentang adanya barang tersebut dan menarik minat untuk membeli. Usaha-usaha promosi penjualan lainnya

seperti hadiah kepada pembeli apabila membeli suatu barang atau iklan pemberian potongan harga, sering mendorong orang untuk membeli lebih banyak daripada yang biasanya (Rwana, 2018).

- **Pengukuran Daya Beli Masyarakat**

Pengukuran daya beli menurut Supawi Pawenang (2020) dapat dilakukan dengan dua indeks yaitu

- Indeks harga konsumen yaitu suatu pengukuran keseluruhan biaya pembelian produk oleh rata-rata konsumen, dimana dalam pengukuran indeks ini perlu memperhatikan beberapa hal yaitu harga, kuantitas, tahun dasar, dan tahun pembelian.
- Indeks harga produsen yaitu pengukuran biaya untuk memproduksi barang yang akan dibeli konsumen (Rwana, 2018).



**Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran**

## H. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang diupayakan untuk mengamati permasalahan secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat dari objek tertentu. Penelitian deskriptif ditujukan untuk memaparkan dan menggambarkan fakta-fakta berdasarkan cara pandang atau kerangka pemikiran tertentu (Nur Afifah, 2018). Yang mana dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan gambaran secara sistematis, rinci dan juga menyeluruh terhadap hal yang berkaitan dengan Daya Beli Masyarakat



Kampung Sawah Di Era Pandemic Covid-19. Untuk mendapatkan data yang jelas dalam penelitian ini, maka penulis akan menggunakan berbagai metode penelitian sebagai berikut:

#### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang akan menjadi objek penelitian ini adalah Kampung Sawah Kecamatan Cilincing Jakarta Utara.

#### 2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mewajibkan si peneliti terjun langsung ke dalam objek penelitian. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah (*natural setting*) dimana peneliti sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara redaksi data, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugioyono, 2014).

Tujuan penelitian kualitatif juga bisa menyatakan rancangan penelitian yang di pilih. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kemampuan daya beli masyarakat kampung sawah di era Covid-19.

#### 3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu penelitian dengan data yang diperoleh dari penelitian langsung pada kegiatan di lapangan kerja penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian non doctrinal, yaitu menggunakan teori yang sudah ada kemudian dikembangkan lebih lanjut sesuai dengan kondisi di lapangan (Supriyadi, 2005).

#### 4. Sumber Data

- a. Menurut Webster's New World Dictionary, data adalah *things know or assumed* yang berarti data adalah sesuatu yang diketahui atau dianggap diketahui, artinya sesuatu yang sudah terjadi merupakan fakta (bukti).

Menurut cara memperolehnya, data dibedakan menjadi dua yaitu sebagai berikut :

1) Data Primer

Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2009). adapun informan dalam penelitian ini berasal dari anggota pejabat Negara dan masyarakat Kampung Sawah kecamatan cilincing Jakarta Utara yang terkena dampak akibat adanya pademi Covid-19.

2) Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literature, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2009). Data sekunder yang digunakan sebagai data pelengkap pada penelitian ini adalah data kepustakaan dan sumber informasi lain yang berkaitan dengan daya beli masyarakat kampung sawah di era Covid-19

5. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang sangat strategis dalam penelitian, karena mendapatkan data adalah tujuan utama dari penelitian. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang telah di tetapkan (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini ada beberapa teknik, cara, atau metode yang dilakukan oleh penulis untuk memperoleh data yang dibutuhkan dan sesuai dengan jenis penelitian kualitatif, yaitu :

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dalam penelitian ini yaitu dengan cara membaca, mengutip bahan-bahan dari buku-buku serta sumber lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi ini untuk memperkuat teori yang mendukung penelitian ini yang berkaitan dengan daya beli masyarakat kampung sawah di era-covid-19.

b. Studi Lapangan

1) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Untuk mendapatkan data mengenai daya beli masyarakat kampung sawah di era Covid-19, peneliti melakukan observasi dengan survey lokasi penelitian yaitu di Kampung Sawah Kecamatan Cilincing Jakarta Utara dan langsung melakukan wawancara dengan para pengurus dan juga masyarakat setempat agar data tentang daya beli masyarakat kampung sawah di dapatkan otentik dan juga menyeluruh.

2) Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui proses tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2019). Pada hakikatnya, wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Atau, proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh lewat teknik yang lain

sebelumnya. Wawancara dalam penelitian ini ialah langsung dengan pengurus dan masyarakat Kampung Sawah Agar mendapatkan data mengenai daya beli masyarakat kampung sawah di era Covid-19.

### 3) Dokumentasi

Metode dokumentasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data dengan cara dokumentasi, yaitu mempelajari dokumen yang berkaitan dengan seluruh data yang diperlukan dalam penelitian. Dokumentasi dari asal kata dokumen yang artinya barang-barang. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, penelitian ini menyelidiki benda-benda tertulis seperti catatan pekerjaan masyarakat kampung sawah yang di ambil dari catatan kelurahan kampung sawah yakni kelurahan Semeper Timur. Dan penghasilan perbulan yang di dapat selama masa pandemi Covid-19 yang nantinya akan menjadi bahan acuan untuk mengetahui daya beli masyarakat kampung sawah di era Covid-19.

## 6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2019). Berikut komponen-komponen yang diperlukan dalam analisis data :

- a. Analisis semua data yang tersedia dari berbagai sumber, baik wawancaa, pengamatan, observasi dan lain-lain yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, dan foto.

- b. Mengadakan reduksi data yaitu dengan melakukan abstraksi. Dimana abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses, dan pertanyaan-pertanyaannya yang perlu dijaga sehingga tetap di dalamnya.
- c. Menyusun data dalam satuan-satuan, kemudian satuan-satuan tersebut dikategorisasikan pada langkah selanjutnya.
- d. Tahap akhir dari analisis data ini adalah membandingkan data yang satu dengan data yang lain, untuk mencari, mengadakan pemeriksaan keabsahan data (triangulasi).

#### 7. Teknik Validasi Data

Dalam penelitian ini uji validitas data menggunakan metode Triangulasi, menurut Norman K. Denki mendefinisikan bahwa triangulasi sebagai kombinasi atau gabungan berbagai metode yang di pakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang yang berbeda. (Rahardjo, 2010)

Metode Triangulasi semakin lazim untuk dipakai dalam penelitian kualitatif karena mampu mengurangi bias dan meningkatkan kredibilitas penelitian. Tujuan triangulasi ini adalah untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, maupun interpretatif dari penelitian kualitatif. Triangulasi diartikan juga sebagai kegiatan pengecekan data melalui beragam sumber, teknik, dan waktu.

##### a. Triangulasi sumber data

Dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan data yang telah diperoleh, melalui berbagai sumber. Dengan begitu data yang sama atau sejenis akan lebih mantap kebenarannya apabila digali dari beberapa sumber data yang berbeda. Hal ini dapat dicapai dengan jalan seperti, membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang terkait.

##### b. Triangulasi teknik



Dapat dilakukan dengan melakukan diskusi lebih lanjut pada sumber data yang terkait hingga didapatkan kepastian dan kebenaran datanya.

c. Triangulasi waktu

Dapat dilakukan pengecekan kembali dengan menggunakan teknik yang sama namun dengan waktu yang berbeda.(Mekarisce, 2020)

### I. Rencana Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan/Tahun 2021						Ket
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	
1	Konsultasi Penyusunan Proposal	✓	✓					
2	Seminar Proposal			✓				
3	Pengesahan Pembimbing Skripsi			✓				
4	Penyusunan Skripsi	✓	✓	✓	✓	✓		
5	Munaqosah					✓	✓	

### J. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dijabarkan ke dalam beberapa BAB yang tertuang di dalamnya beberapa sub-bab dengan memiliki tajuk masing-masing. Sistematika tersebut sebagai berikut :

**BAB I PENDAHULUAN**, Berisikan informasi yang meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, *literatur*

*review*/penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metodologi penelitian, sistematika penulisan.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**, Membahas tinjauan umum tentang daya beli masyarakat kampung sawah di era pandemi Covid-19.

**BAB III OBJEK PENELITIAN**, Dalam bab ini berisikan tentang kondisi objektif Kampung Sawah berdasarkan pekerjaannya, jumlah penduduk kampung sawah, data pekerjaan masyarakat, dan hal-hal yang berkaitan dengan data yang diperoleh dari tempat penelitian.

**BAB IV ANALISIS DAYA BELI MASYARAKAT KAMPUNG SAWAH DI ERA PANDEMI COVID-19**, Dalam bab ini akan membahas mengenai analisis daya beli masyarakat kampung sawah di era Covid-19. Gambaran masyarakat kampung sawah di era Covid-19. Kemampuan daya beli masyarakat kampung sawah di era Covid-19. Tantangan dan hambatan yang dialami masyarakat kampung sawah di-era Covid-19.

**BAB V PENUTUP**, Dalam bab ini memuat tentang kesimpulan dan saran-saran dari hasil pembahasan.

