

## INTISARI

Pandemi COVID-19 telah menyerang seluruh sektor kehidupan bermasyarakat. Walaupun kondisi sosial ekonomi pasca pandemi dianggap sudah mulai membaik, akan tetapi pedagang ikan Pasar Demangan masih merasakan dampaknya. Perubahan kehidupan yang diakibatkan selama pandemi COVID-19 melanggengkan kerentanan pada pedagang ikan hingga setelah pandemi. Oleh karena itu, perlu untuk mengetahui bagaimana pedagang ikan di Pasar Demangan berupaya untuk bertahan hidup demi mempertahankan kelangsungan hidupnya pada pasca pandemi COVID-19.

Penelitian ini menggunakan konsep strategi bertahan hidup dari Edi Suharto dengan teori pilihan rasional James S. Coleman sebagai alat untuk melihat hal apa saja yang mendasari suatu strategi bertahan hidup pedagang ikan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Penentuan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling* kepada 8 informan yang terdiri dari 6 orang pedagang ikan Pasar Demangan, 1 orang Lurah Pasar Demangan, dan 1 orang dari Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta Bidang Pasar Rakyat. Adapun teknik analisis data diolah menggunakan model dari Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan/ verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam usahanya memilih strategi bertahan hidup, pedagang ikan didasari oleh pengetahuan, pengalaman kerja, keterampilan, kesehatan, dan motivasi. Kemudian demi mewujudkan strategi bertahan hidup, pedagang ikan memanfaatkan lima modal kehidupan yang dimilikinya, yaitu modal manusia, modal sosial, modal alam, modal fisik, dan modal keuangan. Kelima modal tersebut terwujud menjadi tiga strategi bertahan hidup, yakni (1) Strategi aktif yang dipengaruhi oleh modal manusia, modal alam, dan modal fisik yang diwujudkan menjadi diversifikasi produk dan diversifikasi pemasaran; (2) Strategi pasif didukung oleh modal keuangan berupa menerapkan perilaku hemat; dan (3) Strategi jaringan diwujudkan melalui modal sosial berupa menjalin relasi dan berhutang.

Kata kunci: pedagang ikan, pasar tradisional, strategi bertahan hidup, pasca pandemi, COVID-19

## ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has impacted all sectors of community life. Although the socio-economic conditions are considered to have started improving in the post-pandemic period, fishmongers at Demangan Market still feel its effects. The changes in life caused by the COVID-19 pandemic have perpetuated vulnerability among fishmongers even after the pandemic. Therefore, it is necessary to understand how fishmongers at Demangan Market strive to survive in order to sustain their livelihoods in the post-COVID-19 pandemic period.

This research utilizes the survival strategy concept by Edi Suharto, with James S. Coleman's rational choice theory as tools to examine the underlying factors of survival strategies employed by fishmongers. The research method used is qualitative research with a descriptive approach. Data collection techniques used include observation, in-depth interviews, and documentation. The selection of informants was done using purposive sampling and snowball sampling techniques, involving 8 informants consisting of 6 fishmongers from Demangan Market, 1 Lurah of Demangan Market, and 1 Head of the Pasar Rakyat Department, Yogyakarta City Trade Office. The data analysis technique employed the model by Miles and Huberman, which includes data reduction, data presentation, and conclusion/verification.

The research findings indicate that in their efforts to choose a survival strategy, fishmongers are guided by knowledge, work experience, skills, health, and motivation. Furthermore, to implement the survival strategy, fishmongers utilize five livelihood assets, namely human capital, social capital, natural capital, physical capital, and financial capital. These five assets manifest into three survival strategies, namely: (1) an active strategy influenced by human capital, natural capital, and physical capital, which are manifested as product diversification and marketing diversification; (2) a passive strategy supported by financial capital, which involves practicing frugal behavior; and (3) a networking strategy realized through social capital, encompassing relationship building and indebtedness.

**Keywords:** fishmonger, traditional market, survival strategies, post-pandemic, COVID-19