

Penerapan Kebijakan *New Normal* dalam Pola Perilaku Masyarakat

Implementation of the New Normal Policy in Community Behavior Patterns

Yohana Eka Trisna Sihotang¹, Malida Putri²

^{1,2}Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Sumatera Utara

Email: yohanasihotang21@gmail.com¹, md_putri09@yahoo.co.id²

Keywords :

Implementation, New
Normal Policy, Behavior
Pattern, Market Center

DOI :

10.30595/jssh.v6i2.13529

Abstract. Policies New Normal or adaptation of new habits encourage changes in norms in social, political, economic order at the individual, community, institutional level, and relations between nations. The changes that occur are fundamentally changing the basic structures in society such as a culture of caring for cleanliness, a culture with physical and social distance, and digital culture. Pasar Pusat Pasar is a shopping center in Medan City that implements the policy New Normal by limiting the mobility of community activities by implementing health protocols. The purpose of this study was to determine the application of the policy New Normal in the pattern of community behavior. The method used is descriptive research with a qualitative approach. The results of the study indicate that there is a lack of public awareness of traders and consumer implementation of the policy New Normal regarding these that support and cooperation between market managers, traders and consumers is needed to maintain health and survival during the COVID-19 pandemic at Pasar Pusat Pasar Medan City.

Abstrak. Kebijakan *New Normal* atau adaptasi kebiasaan baru mendorong perubahan norma dalam tatanan sosial, politik, ekonomi pada level individu, komunitas, kelembagaan, dan hubungan antar bangsa. Perubahan yang terjadi bersifat fundamental mengubah struktur dasar dalam masyarakat seperti budaya peduli kebersihan, budaya dengan jarak fisik dan sosial, serta budaya digital. Pasar Pusat Pasar merupakan pusat perbelanjaan di Kota Medan yang menerapkan kebijakan *New Normal* dengan membatasi mobilitas kegiatan masyarakat dengan penerapan protokol kesehatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan kebijakan *New Normal* dalam pola perilaku masyarakat. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kurangnya kesadaran masyarakat pedagang dan konsumen akan pelaksanaan operasional kebijakan *New Normal* sehingga dukungan dan kerjasama antar pengelola pasar, pedagang dan konsumen dibutuhkan untuk memelihara kesehatan dan keberlangsungan dalam bertahan hidup dalam masa pandemi covid-19 di PD Pasar Pusat Pasar Kota Medan.

Kata kunci: Penerapan, Kebijakan New Normal, Pola Perilaku, Pusat Pasar

PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia secara resmi mengumumkan kasus pertama COVID-19 pada 2 Maret 2020, pasien pasangan ibu (64) dan anak (31) yang berdomisili di Depok, Jawa Barat terkonfirmasi positif Covid-19 setelah menghadiri suatu acara di Jakarta pada 14 Februari 2020 pasien tersebut melakukan kontak dengan seorang warga negara asing (WNA) asal Jepang yang tinggal di Malaysia. Setelah pertemuan tersebut penderita mengeluhkan demam, batuk dan sesak napas (WHO, 2020). Setelah itu, keduanya langsung di observasi dan dinyatakan positif Covid19. Setelah peristiwa tersebut, laporan konfirmasi Covid-19 di Indonesia terus meningkat dalam waktu yang singkat.

Indikator sering digunakan untuk menggambarkan usaha kesejahteraan sosial, dalam kaitan dengan kebijakan sosial atau disebut "*big five*" (Spicker, 1995: 3) melalui berbagai bentuk pelayanan publik yang salah satunya adalah pelayanan kesehatan. Negara berkewajiban untuk memenuhi hak masyarakat untuk hidup sehat dan mendapatkan derajat kesehatan yang setinggi-tingginya (Isbandi, 2013 : 270). Selanjutnya pada ketentuan Pasal 28 H dirumuskan bahwa "Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal dan mendapatkan lingkungan yang baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan". Dalam perspektif hak yang dimiliki masyarakat ini menunjukkan adanya kesesuaian dengan Deklarasi PBB Tahun 1948 tentang Hak Asasi Manusia yakni mengatur bahwa hak dasar kesehatan adalah merupakan hak asasi manusia.

COVID-19 mendorong terjadinya banyak perubahan dan telah melahirkan

norma dan praktik baru dalam tatanan sosial, politik, dan ekonomi; baik pada level individu, komunitas, kelembagaan, dan hubungan antarbangsa. Perubahan berlangsung sebagai dampak dan respons atas mewabahnya COVID-19 terutama terkait dengan kompatibilitas antara nilai dan tatanan yang selama ini dianggap mapan dengan kebutuhan untuk merespons krisis akibat COVID-19, maupun setelah nantinya wabah ini berlalu; apakah bersifat permanen/berkelanjutan atau sementara/jangka pendek. Dilansir melalui data worldometers, pada saat penulisan penelitian (01/03/2021) kasus virus covid-19 di Indonesia berada di peringkat 18, Kasus terkonfirmasi positif covid-19 telah mencapai angka 1.341.314 jiwa. Dari jumlah tersebut, kasus yang dinyatakan sembuh sebanyak 1.151.915 jiwa dan menewaskan 36.325 korban jiwa (kawalcovid19.id).

New normal hadir untuk memastikan respons berbagai aspek dalam masyarakat yang dimulai dari mikro, meso, dan makro dan efisiensi adaptasi terhadap perubahan yang terjadi. Bagi Pemerintah Indonesia, *new normal* merupakan skenario untuk memperbaiki keadaan sosial-ekonomi dengan tetap menekankan pemberlakuan protokol kesehatan secara ketat (Putsanra, 2020). Susi Wijono Moegiarso selaku Sekretaris Kementerian Koordinator Perekonomian mengatakan bahwa sekitar 50 hingga 70 juta dari 133 juta tenaga kerja di Indonesia bergerak pada sektor informal, sehingga mereka sangat terdampak oleh pembatasan-pembatasan yang terjadi demi menekan angka penularan, dan oleh karenanya pemberlakuan *new normal* harus dilakukan (Novika, 2020). Bidang Perubahan Perilaku untuk menangani

permasalahan penularan Covid-19, yakni dengan mendorong percepatan perubahan perilaku masyarakat agar secara konsisten menjalankan 5M (Memakai masker, Mencuci tangan, dan Menjaga jarak, Menjauhi kerumunan, dan Membatasi mobilitas dan interaksi).

Pandemi merevisi pola relasi sosial, dan mengoyak pola hidup normal masa lalu. Perubahan yang terjadi karena COVID-19 bersifat fundamental dan permanen, merasuk sampai ke dasar struktur masyarakat. Muncul budaya hidup baru, budaya peduli kebersihan, budaya peduli dengan jarak fisik dan jarak sosial, dan budaya digital (Dwi, 2020). Anne Kerr dalam bukunya yang berjudul "*Genetics and Society: A Sociology of Disease*" menjelaskan bahwa fenomena wabah penyakit di masyarakat dapat membuat masyarakat mengalami kecemasan (*anxiety*) dan ketakutan (*fear*). Tidak dipungkiri bahwa dengan beredarnya informasi mengenai virus corona yang telah menjangkiti Indonesia akan berdampak pada sikap masyarakat yang menjadi lebih over-protektif terhadap lingkungan sekitarnya. Jumlah penduduk Sumatera Utara sebesar 14.262.147 jiwa, dari total tersebut telah terinfeksi kasus positif covid-19 sebanyak 24.299 jiwa. Data tersebut melaporkan sebanyak 20.990 jiwa dinyatakan sembuh. Sementara korban yang tidak terselamatkan sebanyak 829 jiwa kasus (covid.19.sumutprov.go.id) Sementara jumlah penduduk kota Medan 2.279.894 jiwa, kecamatan Medan Kota masuk ke dalam klaster zona merah dengan jumlah kasus 746 jiwa terkonfirmasi positif. Dari total kasus tersebut, pasien yang sembuh berjumlah 624 jiwa, yang masih proses perawatan berjumlah 89 orang dan yang

dinyatakan meninggal dunia berjumlah 33 jiwa (covid19.pemkomedan.go.id).

Pasar Pusat Pasar merupakan salah satu pusat pasar penjual pakaian eceran dan grosir terbesar di kota Medan. Pasar Pusat Pasar memiliki gerai kios sebanyak 2.924 Unit tersebar di 4 lantai. Lokasi tersebut sangat strategis karena terletak di pusat kota yang mudah dikunjungi masyarakat. Pasar Pusat Pasar menjual pakaian dengan berbagai macam merek dengan harga relatif murah. Pedagang kecil yang begitu melekat dengan slogan "hari ini untuk hari besok", maksudnya kebutuhan mereka besok terpenuhi jika kerja hari ini. Ketika mereka tidak bekerja hari ini, maka mereka tidak akan bisa memenuhi kebutuhan untuk besok. Peneliti juga telah meninjau melalui observasi bahwa tidak terlaksananya protokol kesehatan terlebih masyarakat tidak saling jaga jarak khususnya memakai masker dan di pintu masuk pasar tidak difasilitasi tempat cuci tangan atau minimal hand sanitizer. Spanduk atau *flyer* mengenai pesan-pesan kesehatan juga telah dipasang. Namun secara operasional, kebijakan yang dimuat dalam *flyer* tersebut tidak dijalankan oleh pedagang maupun konsumen yang secara langsung terlibat dalam interaksi jual-beli di Pasar Pusat Pasar. Intensitas volume konsumen yang datang menjadi berkurang. Hal ini melahirkan kekhawatiran bagi pedagang akibat tidak adanya pembeli sehingga barang dagangan menjadi tidak laku sehingga berdampak bagi kesejahteraan seluruh pedagang yang ada di Pasar Pusat Pasar tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif

dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan objek dan fenomena yang diteliti. Termasuk didalamnya bagaimana unsur-unsur yang ada dalam variabel penelitian itu berinteraksi satu sama lain dan ada pula produk yang berlangsung (Siagian, 2011:52). Subyek penelitian ini menjadi informan yang akan memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian, informan penelitian ini meliputi tiga jenis, yaitu:

1. Informan Kunci

Informan kunci adalah orang yang mengetahui dan memiliki informasi kunci yang diperlukan dalam penelitian. Informan kunci adalah Kepala PD pasar pusat pasar kota Medan.

2. Informan Utama

Informan utama adalah orang yang terlibat secara langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Pihak atau masyarakat yang menjadi informan utama adalah 3 (tiga) orang Pedagang kain dan 3 (tiga) orang Pembeli yang ada di pasar pusat pasar kota Medan.

3. Informan Tambahan

Informan tambahan adalah mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak langsung terlibat. Informan tambahan ini adalah 2 (dua) orang Penjual yang ada disekitaran pedagang kain di pasar pusat pasar kota Medan.

Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di

lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer di dapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti (Hasan, 2002).

b. Data Sekunder

Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari studi kepustakaan. Studi kepustakaan adalah proses memperoleh data atau informasi yang menyangkut masalah yang akan diteliti melalui penelaahan buku, jurnal, majalah, surat kabar, atau data tulisan lainnya untuk memperkuat pertimbangan teoritis yang relevan dengan masalah yang akan di teliti (Siagian, 2011:206).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebijakan merupakan serangkaian tindakan yang mempunyai tujuan tertentu yang diikuti dan dilaksanakan oleh seorang pelaku atau sekelompok pelaku guna memecahkan suatu masalah dengan berbagai alternatif yang ada (Winarno, 2007). Keberhasilan Implementasi Kebijakan ditentukan oleh empat faktor penting yaitu komunikasi Kebijakan dalam penyampaian informasi yang dilakukan secara konsistensi, sumberdaya artinya memiliki ketentuan yang bertanggung jawab dalam melaksanakan kebijakan meliputi manusia, peralatan dan pelaksanaannya, disposisi mengenai dedikasi pelaksana kebijakan pada kebijakan yang telah ditetapkan, dan struktur birokrasi adanya *Standard operating procedurs* (SOP) menjadi pedoman bagi setiap implementator dalam bertindak (Edward III, 2002). Sesuai dengan surat edaran Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor

12 tahun 2020 Tentang Pemulihan Aktivitas Perdagangan, pada masa *New Normal* bagi pusat perbelanjaan antara lain menerapkan pengaturan sirkulasi dan batasan waktu kunjungan maksimal 35% mewajibkan pedagang menggunakan masker atau *face shield*, menyediakan tempat cuci tangan, mewajibkan masyarakat pembeli menggunakan masker dan mencuci tangan sebelum masuk ke mall atau pusat perbelanjaan, memastikan kesehatan dan kebersihan pedagang dan pembeli dibawah 37,3°C menyemprotkan disinfektan secara berkala, dan memisahkan pintu masuk dan pintu keluar bagi pengunjung.

Hal ini juga berlanjut hingga ke surat edaran Nomor 4432/6134 yang dikeluarkan oleh Walikota Medan mengenai Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 4 menindaklanjuti indtruksi Gubernur Sumatera Utara Nomor 188.54/INST/2021 yaitu Pasar Tradisional melakukan pembatasan jumlah pengunjung dengan kapasitas sebanyak-banyaknya 50% demi menekan mobilitas masyarakat. Kapasitas gedung seluas 1 Ha dapat mencapai kurang lebih 5000 pengunjung, namun setelah pemberlakuan kebijakan *New Normal* berkurang menjadi 500 sd 1000 pengunjung per hari. Keseluruhan pedagang 3.549 dengan pembagian 700 pedagang esensial dan 2.849 pedagang non-esensial. Ketika Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level IV bulan Juli 2021 hanya diperbolehkan pedagang esensial yang berjualan dan pedagang non-esensial sementara ditutup melalui surat edaran Nomor 4432/ 6134 Walikota Medan untuk dilakukan pengoperasiannya dengan membuat himbauan penutupan sementara bagi pedagang non-esensial.

Kesadaran masyarakat akan kebijakan masih sangat rendah mengingat lingkungan pasar berdasarkan mobilitas dan interaksinya cukup ramai. Berbagai Standard Operational Procedures dalam menaati protokol kesehatan sulit dihindarkan seperti konsistensi dalam penyampaian informasi protokol kesehatan dilakukan secara rutin melalui toak atau pengeras suara oleh gugus covid namun setelah himbauan tersebut berlalu pedagang dan konsumen kembali berperilaku dengan tidak memenuhi protokol kesehatan di Lingkungan Pasar Pusat Pasar Kota Medan. Berdasarkan hasil penelitian dengan informan kunci menerapkan protokol kesehatan sudah dilakukan dengan menyediakan sarana cuci tangan pada setiap enam pintu masuk utama, pintu sebelah utara, sebelah timur, sebelah utara dan sebelah barat serta dua pada gerbang masuk menuju parkir kemudian mengecek suhu tubuh dengan thermogan serta pengunjung pasar diminimalisir hanya sekitar 30% untuk mengatasi mobilitas kerumunan yang terjadi di Pasar Pusat Pasar Kota Medan. Bentuk dukungan juga diberikan oleh pengelola pasar dengan memberikan masker dan hand sanitizer secara berkala dan juga telah melakukan vaksinasi massal di pusat pasar sebanyak 720 dosis pada bulan Maret 2021.

Perilaku Pedagang juga mempengaruhi terkait dengan apa yang disajikan oleh pemerintah atau isu yang sedang berkembang sesuai dalam teori Kotler terdapat beberapa indikator-indikator yang dapat mempengaruhi pola perilaku pedagang antara lain.

a. Kualitas Barang Dagangan

Kualitas produk merupakan sejumlah atribut atau sifat yang dideskripsikan didalam produk guna

memenuhi harapan pelanggan. Hal yang harus disesuaikan pedagang adalah barang yang dihasilkan mampu bersaing dipasar untuk memuaskan kebutuhan konsumen (Kotler,2012). Adapun hasil penelitian menurut kajian teori, mengenai kualitas barang dagangan masih terjaga dengan memprioritas barang dagangan yang laris di pasaran untuk lebih banyak didistribusi ke konsumen. Standar yang dipakai yakni jenis kainnya tidak luntur, nyaman ketika dipakai, jahitannya rapi, tersedia berbagai macam ukuran dan motif atau corak warna sesuai selera masing-masing konsumen dan juga standar sembako dikatakan berkualitas apabila sudah diketahui oleh publik melalui media iklan televisi dan sembako yang diperjualbelikan tidak kadaluarsa, serta tidak berbau atau berubah warna.

b. Keramahan Pedagang

Keramahan digunakan untuk menarik pelanggan dimaknai dengan manis tutur kata dan sikapnya atau suka bergaul serta menyenangkan baik ucapan dan perilakunya dihadapan konsumen atau pelanggan (Kotler, 2012). Adapun hasil penelitian yang dilakukan menurut kajian teori, mengenai pemberlakuan kebijakan New Normal mengalami perubahan pola perilaku keramahan. Sebelum adanya pandemi, pedagang dapat leluasa berjualan tanpa khawatir akan adanya virus covid-19, kesadaran akan penggunaan masker menghambat mereka berlaku ramah terhadap pelanggan terutama menghambat sirkulasi pernafasan membuat tidak nyaman melakukan aktivitas berjualan, menunjukkan ekspresi senyum menyambut pelanggan tidak bisa dilakukan seperti sediakala akibat penggunaan masker tersebut, dan pedagang juga tidak mengenali konsumen

yang sering berbelanja di kios mereka karena ditutupi dengan masker.

c. Penepatan Janji

Seseorang akan percaya kepada penjual apabila pedagang mampu merealisasikan apa yang beliau ucapkan. Salah satunya dengan menepati janji. Penjual yang memiliki integritas yang tinggi berarti ia mampu memenuhi janji-janji yang diucapkan kepada pelanggan (Kotler,2012). Adapun hasil penelitian yang dilakukan menurut kajian teori, pedagang menyediakan barang sesuai dengan berbagai jenis kualitas sehingga harga akan menyesuaikan dengan kualitas barang kemudian konsumen akan menyesuaikan kebutuhan yang diperlukan sesuai dengan budget atau kemampuan setiap individu konsumen tersebut. Kepercayaan konsumen merupakan kunci keberhasilan dalam berdagang. Apabila pedagang tidak berbicara sesuai dengan fakta dalam memenuhi janji yang ia ucapkan mengenai kualitas barang dagangan yang sebenarnya maka akan memberi dampak bagi keberlangsungan usaha mereka sehingga para konsumen akan beralih ke pedagang lainnya.

d. Pelayanan dalam berdagang

Pelayanan yang diberikan dalam oleh pedagang dengan menyediakan segala apa yang diperlukan konsumen. Melayani pembeli dengan mendengarkan pelanggan berbicara dengan seksama (Kotler,2012). Perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus rangsangan dari luar dikenal dengan teori *Stimulus-Organisme-Respon* yakni instrumen respon yang diikuti oleh stimulus atau rangsangan lain berupa penguatan. Perangsang perilakunya disebut reinforcing stimuly yang berfungsi memperkuat respon

(notoatmodjo,2011) Adapun hasil penelitian yang dilakukan menurut kajian teori, menegaskan bahwa penerapan kebijakan *New Normal* memiliki dampak terhadap respon pedagang dalam menerima stimulus rangsangan. Apabila pedagang tidak memenuhi protokol kesehatan maka akan diberi surat peringatan untuk tutup usaha sementara. Stimulus melalui kebijakan pengelola pasar berdampak pada pelayanan pedagang dalam melayani konsumen akibatnya pedagang dituntun agar mengikuti peraturan yang ada, sementara tindakan tersebut tidak mendukung aktivitas interaksi yang leluasa seperti sebelum adanya pandemi *Covid-19*.

e. Empati pada pelanggan

Empati pada pelanggan yaitu kemampuan pedagang untuk berkomunikasi dengan pelanggan serta usaha pedagang untuk memahami kebutuhan dari pelanggannya (Kotler,2012). Adapun hasil penelitian yang dilakukan menurut kajian teori, dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dimasa pandemi *Covid-19* pedagang memberikan keringanan apabila membeli lebih dari dua atau lebih item dari dagangannya. Pedagang memaparkan tidak masalah untungnya sedikit asal modal yang tertahan pada barang cepat berputar, kemudian pedagang harus menyediakan hand sanitizer untuk kebutuhan konsumen.

f. Persaingan sesama pedagang

Persaingan sesama pedagang merupakan perseteruan atau rivalitas antar pelaku bisnis secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan (Kotler,2012).

Adapun hasil penelitian yang dilakukan menurut kajian teori, pedagang satu dengan yang lainnya tidak memperlakukan tindak laku kecurangan demi menarik perhatian pembeli, saling terbuka harga antar pedagang satu dengan yang lainnya, tidak saling iri melainkan saling mendukung apabila kekurangan barang pedagang akan meminta barang ke pedagang lainnya yang menjual barang sejenis dengan jualannya kemudian selisih modal dikembalikan ke pedagang lainnya sehingga pedagang mendapat keuntungan dari pengurangan selisih dengan harga yang telah ia jual ke pembeli tersebut.

g. Kesejahteraan pedagang

Pedagang dikatakan sudah sejahtera apabila merujuk pada tingkat kesejahteraan dibagi menjadi beberapa pengelompokkan (BKKB,2011) golongan pertama pra sejahtera adalah keluarga yang belum dapat memenuhi salah satu kebutuhan dasarnya, keluarga sejahtera tahap I dapat memenuhi keseluruhan kebutuhan dasarnya seperti rumah memiliki atap, lantai, dan dinding yang baik, seluruh anggota keluarga makan dua kali sehari atau lebih, seluruh anggota keluarga dapat memiliki pakaian yang berbeda untuk dirumah dan berpergian, melaksanakan ibadah, bila anak sakit atau pasangan usia subur ingin berKB dibawa ke petugas kesehatan, keluarga sejahtera tahap II sudah memenuhi sekali seminggu menyediakan daging/ikan/telur sebagai lauk pauk, memperoleh satu stel pakaian baru per tahun, luas lantai rumah paling kurang delapan meter persegi, paling kurang anggota keluarga usia angkatan kerja berumur diatas 15 tahun sudah mempunyai penghasilan tetap, seluruh anggota keluarga dapat bersekolah

dengan baik, keluarga sejahtera tahap III mempunyai upaya untuk meningkatkan pengetahuan agama, sebagian penghasilan dapat disisihkan untuk tabungan keluarga, ikut serta dalam kegiatan masyarakat dilingkungan tempat tinggalnya, dapat memperoleh berita melalui surat kabar atau televisi, golongan keluarga sejahtera tahap III plus sudah memenuhi keluarga yakni secara teratur memberikan sumbangan bagi kegiatan sosial masyarakat dalam bentuk materiil dan kepala keluarga aktif sebagai pengurus perkumpulan/yayasan/institusi masyarakat.

Adapun hasil penelitian yang dilakukan menurut kajian teori, informan utama I dan informan utama III masuk kedalam kategori keluarga sejahtera tahap II karena belum mampu menyisihkan dengan baik penghasilan yang didapat selama berjualan untuk disimpan sebagai tabungan keluarga, informan utama I dan informan utama III sudah mampu menyekolahkan seluruh anak-anak sampai jenjang perguruan tinggi, memiliki rumah sendiri yang layak huni dengan luas lantai lebih dari delapan meter persegi, seluruh anggota keluarga mampu berobat ke petugas/sarana kesehatan, seluruh anggota keluarga dapat melaksanakan ibadah secara teratur. Sementara informan utama II, dan Informan tambahan I dan II masuk kedalam kategori keluarga sejahtera tahap III karena sebagian penghasilan sudah mampu untuk ditabung dan dibelanjakan untuk kebutuhan tersier seperti kebutuhan akan rekreasi jalan-jalan untuk mengatasi kepenatan dalam berjualan, mampu mengonsumsi sekali dalam setahun barang superior, informan utama II selain berdagang memiliki pendapatan pasif yang dihasilkan dari rumah

kontrakkan yang ia miliki dan informan tambahan I selain berdagang juga ikut serta dalam kepengurusan Partai PDI-Perjuangan PAC Kecamatan Medan Kota bersama ayahnya yang juga sebagai Ketua PAC PDI-Perjuangan Kecamatan Medan Kota, dan juga sudah mampu berlangganan surat kabar setiap harinya.

Selain pola perilaku pedagang terdapat kebijakan New Normal bagi Konsumen yang mempengaruhi interaksi tatanan proses jual-beli di Lingkungan Pasar Pusat Pasar Kota Medan melalui beberapa indikator-indikator dalam meninjau pola perilaku konsumen sebagai berikut.

a. Kebutuhan atau Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai dengan pembelian mengenali suatu masalah atau kebutuhan. Pembeli memberikan pandangan yang berbeda antara keadaan yang sesungguhnya dan keadaan yang diinginkannya, setelah masalah diidentifikasi oleh konsumen maka mereka akan termotivasi untuk mencari cara memenuhi kebutuhan tersebut (Kotler, 2003).

Adapun hasil penelitian yang dilakukan menurut kajian teori, seluruh informan menegaskan bahwa pemenuhan akan kebutuhan dilakukan melalui skala prioritas dan tujuan dalam berbelanja seperti hari raya idul fitri setiap tahunnya berbelanja pakaian secara bersamaan juga berbelanja kebutuhan pangan seperti kebutuhan pangan sehari-hari maupun kebutuhan pangan pembuatan kue-kue kering dengan membeli bahan bakunya di Pasar Pusat Pasar Kota Medan dikarenakan keefisien dalam menggunakan waktu dan harga yang lebih murah apabila mengambil dalam skala jumlah yang banyak. kebutuhan rumah tangga saat ini dipengaruhi oleh

keadaan keuangan dimasa pandemi covid-19, motivasi yang dilakukan dalam berbelanja di Pasar Pusat Pasar Kota Medan adalah tersedianya berbagai macam kebutuhan mulai dari kebutuhan pokok hingga kebutuhan tersier, selain itu standar yang digunakan dalam berbelanja tersedia dalam berbagai bentuk dan ukuran kemudian corak dan motif.

b. Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang telah dirangsang oleh kebutuhannya akan mencari informasi lebih lanjut. Kebutuhan akan informasi akan timbul dari keinginan membeli suatu produk. Sumber informasi konsumen antara lain keluarga, kerabat, tetangga, kenalan yang bersumber dari pribadi, periklanan, tenaga jual, pedagang yang bersumber dari komersial, media massa dan organisasi penilaian konsumen yang bersumber dari publik, serta penanganan, pengujian, dan penggunaan produk bersumber dari pengalaman konsumen itu sendiri (Kotler, 2003). Adapun hasil penelitian yang dilakukan menurut kajian teori, refrensi terhadap barang dagangan diperoleh melalui pengalaman dan pengujian konsumen itu sendiri dengan mendatangi secara langsung sumber kebutuhan yang akan dicari yakni di Pasar Pusat Pasar Kota Medan. Pihak ketiga seperti kerabat atau saudara, kemudian media massa seperti google atau aplikasi perbelanjaan online juga ikut serta dalam memberikan penilaian dan rekomendasi akan suatu barang dagangan, akan tetapi penentu dalam pembelian barang tetap informan utama atau konsumen disesuaikan dengan selera masing-masing terhadap suatu pakaian maupun barang dagangan lainnya.

c. Evaluasi Alternatif

Konsumen mempertimbangkan beberapa atribut produk sebelum mengambil keputusan dalam hal pembelian. Sisi pandang terhadap kumpulan merek menciptakan suatu gambaran mengenai merek produk tersebut. baik sisi penyimpangan maupun keunggulan produk tersebut (Kotler, 2003). Model perilaku konsumen sederhana juga memberikan stimulus mengenai reaksi dan mental konsumen akan menentukan perilaku konsumen dalam memilih suatu produk (Sangadji, 2013). Adapun hasil penelitian yang dilakukan menurut kajian teori bahwa membeli dengan pilihan barang dagangan yang ia cari dari segi kenyamanan dan fungsinya selalu tersedia di Pasar Pusat Pasar Kota Medan. Gambaran mengenai berbagai merek dagangan tersedia mulai dari harga eceran maupun grosiran yang menjadi alternatif konsumen dalam berbelanja untuk mendapat kesesuaian harga yang diinginkan sudah menjadi kebiasaan mengingat keterbatasan kemampuan dalam masa *Covid-19* untuk mendapatkan barang dagangan yang ia perlukan serta kondisi keuangan yang memadai akan memicu perasaan senang dalam mendapatkan kebutuhannya dengan mudah tanpa menunda untuk mendapatkan apa yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

d. Keputusan Pembelian

Pengaruh dari perilaku orang lain mengenai pandangan negatif yang dapat mengubah keputusan konsumen sehingga mengarah kepada produk alternatif yang lain atau harapan dari orang lain yang menjadikan motivasi bagi konsumen dalam mengonsumsi suatu produk tertentu (Kotler, 2003). Adapun hasil penelitian yang dilakukan menurut kajian

teori, konsumen atau informan cenderung mengambil keputusan dengan pengalaman yang telah ia rasakan dari penggunaan produk tertentu, mereka menerima masukan dari orang lain tetapi tidak serta merta terpengaruh dengan membeli begitu saja, tentu ada penilaian dan kemampuan daya beli yang akan disesuaikan dengan keuangan pada saat tertentu, seperti dalam keadaan pandemi *Covid-19* kebutuhan akan pakaian akan tertahan oleh kebutuhan pokok mengingat sulitnya daya beli dikarenakan pendapatan mereka sudah berbeda.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Penentuan puas atau tidaknya konsumen atas pembelian suatu produk terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan prestasi yang dirasakan dari produk. Jika kurang dari harapan, konsumen akan tidak puas. Jika melebihi harapan, konsumen akan sangat puas (Kotler, 2003). Adapun hasil penelitian yang dilakukan menurut kajian teori, keadaan pandemi memberikan dampak ketidakpuasan dalam berbelanja terlebih karena adanya kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat harus tetap berbelanja sementara harga komoditas dari setiap produk tidak diberi keringanan yang berdampak pada daya beli konsumen menjadi menurun.

f. Kesejahteraan Konsumen

Berdasarkan Badan Pusat Statistik, tingkat kesejahteraan konsumen dapat diukur melalui data pengeluaran. Tingkat kesejahteraan konsumen ditinjau melalui indikator yang menjadi ukuran yakni, tingkat pendapatan keluarga konsumen, komposisi pengeluaran rumah tangga dengan membandingkan pengeluaran untuk pangan dan non-pangan, tingkat pendidikan keluarga konsumen, tingkat kesehatan keluarga konsumen, dan

kondisi perumahan serta fasilitas yang dimiliki dalam rumah tangga (Kotler, 2003). Adapun hasil penelitian yang dilakukan menurut kajian teori, keadaan pandemi *Covid-19* sangat mempengaruhi komposisi pengeluaran rumah tangga dari setiap informan seperti kebutuhan pangan diutamakan dahulu kemudian jika memungkinkan memenuhi gaya hidup membeli pakaian atau tas akan dibeli, namun jika tidak memungkinkan akan ditunda hingga uangnya telah tersedia. Informan utama IV suami istri telah berpenghasilan, seluruh anggota keluarga mampu bersekolah, apabila anggota keluarga sakit mampu berobat menggunakan sarana atau petugas kesehatan menggunakan BPJS kelas I dikategorikan sejahtera sementara informan utama V dan VI dikategorikan belum sejahtera karena belum memiliki rumah, status kepemilikan rumah masih mengontrak dan rumah masih beralaskan semen belum berkeramik dan fasilitas rumah belum terpenuhi seperti kulkas dan mesin cuci walau rumah masih mengontrak, pendidikan anak-anaknya sudah pada tingkat perguruan tinggi tingkat kesehatan keluarga konsumen umumnya berobat menggunakan BPJS kelas III.

DISKUSI

Berdasarkan penelitian yang terdahulu yang berjudul tingkat kecemasan seseorang terhadap pemberlakuan *New Normal* dan pengetahuan terhadap imunitas tubuh yang diteliti oleh Aditya Gunawan (2020) dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti yakni lokasi penelitian yang berbeda, peneliti terdahulu meneliti dengan cakupan lebih luas yakni provinsi lampung dengan metode penelitian

kuantitatif dengan hasil 22,8% menghadapi kecemasan berlebihan, mengalami cemas biasa 52,7% dan 24,5% merasa tidak cemas dalam pemberlakuan new normal. Tingkat pengetahuan masyarakat terhadap sistem imunitas tubuh terdapat 91,6 % sebagai sistem antibodi. Sementara peneliti berbeda setting penelitian yakni di lokasi Pasar Pusat Pasar Kota Medan dengan metode penelitian kualitatif bertujuan meneliti penerapan kebijakan New Normal dalam pola perilaku masyarakat melalui aktivitas perubahan jual-beli dengan tatanan kebiasaan baru ditinjau dari kepatuhan pedagang dan konsumen dalam memenuhi protokol kesehatan serta meninjau keadaan pandemi mempengaruhi kesejahteraan pedagang dan konsumen. Berdasarkan penelitian yang terdahulu yang berjudul gambaran kecemasan dan kepatuhan remaja putri terhadap kebiasaan baru pada masa pandemi covid-19 di surabaya yang diteliti oleh Irma Maya Puspita (2020) yakni peneliti terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif non-probability sampling sementara penelitian ini meneliti menggunakan metode kualitatif dengan wawancara secara intensif untuk mendapatkan keabsahan jawaban dari informan. Penelitian terdahulu meneliti tingkat kepatuhan dalam menerapkan protokol kesehatan disertai dengan kecemasannya sementara penelitian ini juga meneliti kepatuhan pemenuhan akan protokol kesehatan serta dampak perubahan kesejahteraan dari pedagang dan konsumen yang sehingga daya beli masyarakat menurun akibat keadaan pandemi covid-19.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa penerapan kebijakan New Normal dalam pola perilaku masyarakat PD Pasar Pusat Pasar Kota Medan penerapan protokol kesehatan sudah dilakukan dengan menyediakan sarana cuci tangan pada setiap enam pintu masuk utama, pintu sebelah utara, sebelah timur, sebelah utara dan sebelah barat serta dua pada gerbang masuk menuju parkir kemudian mengecek suhu tubuh dengan termogan, dan rutin melakukan himbauan melalui pengeras suara untuk memberi peringatan apabila ditemukan pelanggaran dalam menjalankan protokol kesehatan serta pengunjung pasar diminimalisir hanya sekitar 20%-30% untuk mengatasi mobilitas kerumunan yang terjadi di Pasar Pusat Pasar Kota Medan. Mewajibkan pedagang untuk memiliki kesadaran dalam himbauan yang telah diedarkan untuk kemudian diteruskan kepada pedagang ataupun konsumen berbentuk aksi peringatan bagi pedagang apabila tidak mematuhi protokol kesehatan dengan memberi surat peringatan untuk tutup usaha sementara Bentuk dukungan juga diberikan oleh pengelola pasar dengan memberikan masker dan hand sanitizer secara berkala dan juga telah melakukan vaksinasi massal di pusat pasar sebanyak 720 dosis pada bulan Maret 2021. Kebijakan New Normal Bagi Konsumen tersedia cek suhu tubuh, bagi yang tidak memakai masker tidak diperbolehkan masuk, pengunjung dikurangi hingga 50% kemudian dibutuhkan kerjasama kesadaran akan penerapan protokol kesehatan.

Kesejahteraan Pedagang informan utama I dan III sudah memenuhi tahap keluarga sejahtera tahap II yakni telah

memenuhi syarat sosial psikologis seperti anggota keluarga ibadah secara teratur, sekali seminggu menyediakan daging/ikan/telur sebagai lauk pauk, memperoleh satu stel pakaian baru per tahun, luas lantai rumah paling kurang delapan meter persegi, paling kurang anggota keluarga usia angkatan kerja berumur diatas 15 tahun sudah mempunyai penghasilan tetap, seluruh anggota keluarga dapat bersekolah dengan baik, sementara informan utama II, informan tambahan I dan II merupakan keluarga sejahtera tahap III mempunyai upaya untuk meningkatkan pengetahuan agama, sebagian penghasilan dapat disisihkan untuk tabungan keluarga, ikut serta dalam kegiatan masyarakat dilingkungan tempat tinggalnya, dapat memperoleh berita melalui surat kabar atau televisi. Tingkat kesejahteraan konsumen dalam keadaan pandemi memiliki dampak terhadap tingkat pendapatan keluarga konsumen, komposisi pengeluaran rumah tangga mengutamakan pengeluaran untuk pangan dan pengeluaran akan pakaian akan menyesuaikan setelah pangan sudah terpenuhi, tingkat pendidikan keluarga konsumen informan utama IV dan VI sudah terpenuhi sementara informan utama V keseluruhan anggota keluarga hanya tamat SMA bahkan terdapat putus sekolah, tingkat kesehatan keluarga konsumen informan utama IV sudah berobat menggunakan BPJS kelas 1 sementara informan utama V dan VI menggunakan BPJS kelas 3, dan kondisi perumahan serta fasilitas yang dimiliki dalam rumah tangga informan utama IV sudah terpenuhi sementara informan utama V dan VI belum terfasilitasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Isbandi Rukminto. (2013). Kesejahteraan Sosial (pekerjaan sosial, pembangunan sosial dan kajian pembangunan), Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Fahrudin, Adi. 2012. Pengantar Kesejahteraan Sosial. Bandung: PT Refika Aditama.
- Suharto, Edi (2008). Kebijakan Sosial sebagai Kebijakan Publik (cetakan kedua). Bandung: Alfabeta
- Agustino, Leo. 2006. Dasar-dasar Kebijakan Publik. Bandung: Alfabeta.
- Farida Maria. 2001. Ilmu Perundang-Undangan. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- William N Dunn. 2003. Pengantar Analisis Kebijakan Publik. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Winarno, Budi. 2008. Kebijakan Publik. Teori dan Proses. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Said, Zainal Abidin. 2012. Kebijakan Publik. Jakarta : Salemba Humanika.
- Soekanto, Soerjono. 2006. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Soekanto, Soerjono. 2007. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Rajawali Press.
- Notoatmodjo. 1997. Pendidikan dan perilaku kesehatan. Jakarta : PT Rineka Cipta

- Noeng, Muhadjir. 2000. Teori Pendidikan Pelaku Sosial Kreatif. Yogyakarta : Raka Sarasin.
- Kotler, Philip. 2003. Manajemen Pemasaran Edisi Kesembilan. Jakarta : PT Indeks Gramedia.
- Damsar. 2002. Sosiologi Ekonomi. Jakarta : Rajawali Pers.
- Heinz Weihrich and Haroid Koontz, Management A.Global Perspective Tent Edition (New York : McGraw-Hill, Inc., 1993), h 123
- Kustiningsih, W., Nurhadi, 2020. "Penguatan Modal Sosial dalam Mitigasi COVID-19", in: Mas'udi, W., Winanti, P.S.W. (Eds.), Tata Kelola Penanganan COVID-19 Di Indonesia: Kajian Awal. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta-Indonesia.
- Perundang-undangan RI, UUD 1945. Deklarasi PBB Tahun 1948 tentang Hak Asasi Manusia
- Pemerintahan Indonesia. 1984. UU Nomor 4 Tahun 1984 Tentang Wabah. Lembaran RI Tahun 1984. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Permenkes Nomor 74 Tahun 2015
- Copenhagen Economics (March 2020), "Economic Consequences of the COVID19Pandemic",https://www.copenhageneconomics.com/dyn/resources/Publication/publicationPDF/0/530/1585835646/copenhagen-economics_economic-consequences-covid-19.pdf (akses tanggal 1 Agustus 2020)
- IMF, 25 June 2020, 'New predictions suggest a deeper recession and a slower recovery'
<https://www.weforum.org/agenda/2020/06/imflockdown-recession-covid19-coronavirus-economics-recession/> (akses tanggal 1 Agustus 2020)
- Pramisti, Nurul Qomariyah. Pramisti (6 Agustus 2020), . "Dahsyatnya Dampak Pandemi Penyebab Kontraksi Ekonomi RI", <https://tirto.id/dahsyatnya-dampak-pandemi-penyebab-kontraksi-ekonomi-rifVSV> Diakses 6 Agustus 2020.
- Kompas.com, Dewantara, 2020. "Setelah Terapkan New Normal, Jumlah Kasus Positif Baru Covid-19 di Kobar Melonjak". KOMPAS.com. URL <https://regional.kompas.com/read/2020/07/03/22571541/setelah-terapkan-new-normal-jumlah-kasus-positif-baru-covid-19-di-kobar> (accessed 8.7.20).
- Kompas.com, Sari, H.P., 2020. "Jubir Pemerintah Akui Diksi New Normal Salah, Ganti dengan Adaptasi Kebiasaan Baru". KOMPAS.com. URL <https://nasional.kompas.com/read/2020/07/10/22413461/jubirpemerintah-akui-diksi-new-normal-salah-ganti-dengan-adaptasikebiasaan> (accessed 8.7.20).
- Badan Pusat Statistik Medan. 2019. Statistik Indonesia Tahun 2019. Sumatera Utara : Badan Pusat Statistik
- Pemerintah Provinsi Sumatera Utara. 2021. instruksi Gubernur Sumatera Utara, Nomor

188.54/1/INST/2021 Tentang
Pembatasan Kegiatan Masyarakat
dalam Rangka Pengendalian
Penyebaran Covid-19 di Provinsi

Sumatera Utara. Lembaran
Pemprowsu Tahun 2021. Sumut:
Sekretaris Provinsi.