

Adaptasi Strategi Penawaran Produk yang Dilakukan Para Pedagang Pasar Seni Sukawati Pada Masa Pandemi Covid-19

Ni Wayan Ayu Santi*¹, Luh Indrayani², M. Rudi Irwansyah³

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Indonesia

e-mail: ayu.santi@undiksha.ac.id¹

Abstrak

Riwayat Artikel
Tanggal diajukan:
28 Oktober 2022

Tanggal diterima :
15 November
2022

Tanggal
dipublikasikan:
20 Desember
2022

Munculnya Covid-19 di Provinsi Bali sejak awal tahun 2020 membuat masyarakat berusaha melakukan adaptasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adaptasi strategi penawaran produk di masa pandemi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara. Data yang telah terkumpul, dianalisis melalui tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil kajian diperoleh data bahwa terdapat adaptasi strategi penyediaan produk di Pasar Seni Sukawati baik dari segi produk yang ditawarkan pada masa pandemi, dari segi teknik penjualan maupun dari segi tindak lanjut saat penjualan selesai.

Kata kunci: Adaptasi; Penawaran; Produk

Abstract

Covid-19 appeared in the Province of Bali from the beginning of 2020, causing the community to try to make adaptations. The purpose of this study is to determine the adaptation of product supply strategies during the pandemic. The type of research used is descriptive qualitative research. In this study using data collection techniques in the form of observation and interviews. The data has been collected, it is analyzed through three stages, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Based on the results of the study, data obtained that there was an adaptation of the product supply strategy at the Sukawati Art Market in terms of products offered during the pandemic, in terms of sales techniques and in terms of follow-up when sales were completed.

Keywords : Adaptation; Supply; Product

Pengutipan:
Santi, N.W Ayu,
Indrayani, L, &
Irwansyah, M.R.
(2022). Adaptasi
Strategi
Penawaran
Produk yang
Dilakukan Para
Pedagang Pasar
Seni Sukawati
Pada Masa
Pandemi Covid-
19. *Jurnal
Pendidikan
Ekonomi
Undiksha*, 14(2),
313-320
<https://doi.org/10.23887/jjpe.v14i2.54445>

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi merupakan aktivitas masyarakat dalam melakukan upaya pemenuhan kebutuhan. Masyarakat yang melakukan kegiatan ekonomi dikenal dengan sebutan pelaku ekonomi. Para pelaku ekonomi sering kali dihadapkan dengan situasi yang berbeda. Situasi yang berbeda akan memberikan dampak kepada kegiatan ekonomi yang dilakukan, sehingga para pelaku ekonomi membuat pilihan-pilihan untuk menyesuaikan keadaan sesuai dengan yang diharapkan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat (Robbins, 2003) yang menyatakan bahwa adaptasi atau penyesuaian menempatkan manusia yang berupaya mencapai tujuan-tujuan atau kebutuhan untuk menghadapi lingkungan dan kondisi sosial yang berubah-ubah agar tetap bertahan seperti saat terjadi pandemi covid-19.

Pandemi covid-19 sampai saat ini masih menjadi kekhawatiran bagi masyarakat. Peneliti mengetahui hal tersebut dari hasil observasi awal pada salah satu kecamatan yang merupakan bagian Kabupaten Gianyar, Bali. Meskipun vaksin tahap ke-3 telah diterima oleh masyarakat secara bertahap, namun pengendalian penyebaran Covid-19 varian terbaru masih menjadi kunci utama dalam proses pemulihan perekonomian di wilayah Kabupaten Gianyar salah satunya Desa Sukawati. Sukawati merupakan salah satu desa yang merupakan destinasi wisata mancanegara maupun domestik yang terkenal akan Kawasan Pasar Seni Sukawati. Hal ini juga dipaparkan oleh (Febriani et al., 2014) yang menyatakan bahwa keadaan Pasar Seni Sukawati yang sederhana dan bersifat tradisional, namun menyajikan barang-barang kesenian seperti seni ukir, seni lukis maupun seni keterampilan yang membuat para wisatawan mancanegara dan domestik selalu berdatangan untuk membeli oleh-oleh. Bahkan sebelum pandemi Covid-19, apabila kita melewati Gianyar untuk menuju daerah Kintamani maka akan ramai oleh wisatawan baik mancanegara atau domestik yang berjalan kaki atau berlalu lalang di jalanan atau *café* sekitar Pasar Seni Sukawati. Namun

berdasarkan hasil observasi peneliti, semenjak adanya pandemi Covid-19 Pasar Seni Sukawati menjadi daerah yang sepi wisatawan, sumber utama penghasilan masyarakat seketika menghilang. Masyarakat yang sebagian besar merupakan pedagang berusaha mencari alternatif agar tetap mendapatkan penghasilan seperti memberikan diskon pada produk barang atau jasa yang ditawarkan kepada wisatawan. Namun hal tersebut belum mampu mengembalikan keadaan seperti sebelum terjadinya pandemi Covid-19.

Pandemi Covid-19 yang masih berlangsung hingga saat ini membuat setiap lapisan masyarakat beradaptasi atau menyesuaikan diri. Menurut (Sumarni, 2020) menyatakan bahwa munculnya Covid-19 sudah membuat perubahan yang signifikan yang terjadi di masyarakat mulai dari segi sosial, budaya, ekonomi, pendidikan serta cara kita berpariwisata. Berdasarkan data laporan (Bank Indonesia, 2022), perbaikan ekonomi Bali berlanjut pada triwulan IV 2021. Ekonomi Bali tumbuh sebesar 0,51% (yoy), lebih tinggi dibandingkan kinerja triwulan sebelumnya yang terkontraksi -2,91% (yoy). Kinerja perekonomian Bali membaik meskipun masih tertahan di tengah berlanjutnya pandemi Covid-19. Sebenarnya hal ini juga dipengaruhi oleh kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah. Salah satu kebijakan yang sudah secara cepat diambil oleh pemerintah saat berwisata di masa pandemi Covid-19 yaitu tetap menerapkan protokol kesehatan (*prokes*) yang ketat. Hal tersebut terbukti dengan sampai saat ini masyarakat tetap menggunakan masker di tempat umum serta tetap membawa *handsanitizer* kemanapun bepergian.

Prokes yang ketat diharapkan dapat mengurangi penyebaran virus Covid-19. Pada masa pandemi ini dengan adanya *physical distancing* yang menyebabkan aktivitas kehidupan masyarakat terhambat untuk sementara, dengan harapan menurunkan jumlah yang terpapar virus. Apabila kita memaknai lebih dalam dengan adanya pandemi

Covid-19 tidak hanya menimbulkan dampak negatif berupa penurunan pendapatan masyarakat namun terdapat pula dampak positif dari pandemi Covid-19 salah satunya menimbulkan dampak positif terhadap lingkungan hidup. Lingkungan hidup justru mendapatkan kesempatan untuk memperbaharui diri dengan adanya penurunan emisi karbon (Mangku et al., 2020). Oleh karena itu kita sebagai masyarakat harus beradaptasi pada masa pandemi ini. Beradaptasi dilakukan oleh setiap lapisan masyarakat dan masyarakat pun tetap melakukan aktivitas namun ada pengurangan interaksi sosial serta adanya kebiasaan baru menggunakan masker serta mulai hidup lebih bersih lagi. Begitu pula pada sektor pariwisata, sektor pariwisata juga melakukan adaptasi saat masa pandemi.

Adaptasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBI) merupakan penyesuaian diri makhluk hidup agar dapat bertahan dalam kondisi lingkungan yang baru. Akibat dari adanya pandemi Covid-19 yang masih berlangsung sampai saat ini membuat masyarakat mau tidak mau harus melakukan adaptasi. Adaptasi ini dilakukan karena pandemi Covid-19 sudah berlangsung lebih dari setahun sehingga para pedagang di Pasar Seni Sukawati melakukan adaptasi dalam hal strategi penawaran produknya guna mendapat penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Penawaran produk kesenian menjadi salah satu mata pencaharian utama masyarakat kecamatan Sukawati, salah satunya Pasar Seni Sukawati yang merupakan tempat untuk membeli oleh-oleh kesenian khas Bali. Adapun cara dalam menawarkan sebuah produk secara personal dan menghasilkan penjualan (Kotler & Armstrong, 2001) antara lain memilih dan menilai prospek, pendekatan, pendekatan, presentasi dan demo, mengatasi keberatan, menutup penawaran produk serta tindak lanjut setelah produk terjual. Hasil observasi awal peneliti pada awal pandemi, para pedagang masih bertahan melakukan aktivitas penjualan di tempat cadangan yang disediakan walaupun Pasar Seni

Sukawati sedang ada perbaikan bangunan. Penawaran produk dilakukan seperti biasa dengan menerapkan protokol kesehatan. Namun karena pandemi covid-19 tidak kunjung hilang, serta wisatawan juga belum ramai yang berkunjung lagi ke Bali maka hal tersebut membuat para pedagang di Pasar Seni Sukawati melakukan adaptasi strategi penawaran produk. Hal ini didukung oleh hasil penelitian (Santi et al., 2021) yang menyatakan bahwa salah satu perusahaan yang bergerak di sektor pariwisata (Mertasari Kite Shop) melakukan adaptasi dalam kegiatan ekonominya seperti dalam (1) kegiatan produksi: membuat desain baru, diversifikasi produk, (2) kegiatan distribusi: memaksimalkan penjualan produk, promosi serta (3) kegiatan konsumsi: pembatasan jam kerja karyawan. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian di Pasar Seni Sukawati. Selain itu dipapar pula oleh bahwa Hal ini didukung oleh penjelasan (Ivanov, 2021) bahwa strategi adaptasi dapat diselaraskan dengan kelangsungan hidup yang meliputi ekosistem, jaringan, dan sumber daya. Hasil observasi menunjukkan sebelum adanya pandemi Covid-19, para pedagang masih mengandalkan sumber pendapatan dari penjualan secara offline di Pasar Seni Sukawati saja. Namun setelah adanya pandemi Covid-19 terjadi adaptasi strategi penawaran produk yang dilakukan oleh para pedagang di Pasar Seni Sukawati sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini adalah para pedagang di Pasar Seni Sukawati sedangkan objeknya adalah adaptasi strategi penyediaan produk yang dilakukan para pedagang di masa pandemi covid-19. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara. Menurut Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2018), Data yang telah terkumpul dianalisis melalui tiga tahap

yaitu (1) reduksi data, (2) penyajian data, (3) penarikan kesimpulan. Kegiatan mereduksi data adalah kegiatan meringkas garis besar data yang telah diperoleh sehingga hasil penelitian menjadi jelas. Setelah itu, data disajikan. Data tersebut kemudian disajikan dalam bentuk informasi sederhana terkait gambaran adaptasi strategi penawaran produk di Pasar Seni Sukawati. Terakhir adalah penarikan kesimpulan untuk memudahkan mengetahui garis besar hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Pasar Seni Sukawati yang terletak di jalan raya Sukawati, Desa Sukawati, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali. Pada saat adanya pandemi covid-19, Pasar Seni Sukawati direnovasi sehingga penampilannya lebih rapi dan nyaman dikunjungi. Fasilitas yang disediakan juga lebih lengkap seperti gedung dibangun dengan tiga lantai, adanya tempat parkir di bawah gedung serta tempat cuci tangan untuk mencegah penyebaran covid-19. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa pada masa pandemi covid-19 demi mendapatkan penjualan maka para pedagang Pasar Seni Sukawati melakukan penyesuaian atau adaptasi dalam menawarkan produknya (hasil wawancara terlampir). Adapun penyesuaian atau adaptasi yang telah dilakukan antara lain sebagai berikut.

Produk yang ditawarkan oleh para pedagang di Pasar Seni Sukawati merupakan produk kesenian Bali terutama kain pantai, pakaian berbahan katun, lukisan, patung, tas dan lainnya yang sebagian besar dapat digunakan sebagai oleh-oleh khas Bali. Adapun penyesuaian yang dilakukan oleh para pedagang khususnya para pedagang pakaian salah satunya Bu Kadek Indrawati menyatakan bahwa pada masa pandemi yakni menjual produk pakaian sesuai trend pada masa pandemi yaitu daster, celana pendek dan celana kulot. Karena berdasarkan hasil wawancara tersebut ditemukan bahwa pada masa pandemi para pelanggan/konsumen lebih sering di

dalam rumah akibat dari adanya pembatasan kegiatan sehingga membutuhkan pakaian yang nyaman untuk dipakai sehari-hari di dalam rumah.

Teknik penjualan merupakan cara atau strategi dalam hal menawarkan produk. Pada masa pandemi kunjungan wisatawan asing dan lokal ke Pasar Seni Sukawati sangat merosot tajam sehingga beberapa pedagang di Pasar Seni Sukawati melakukan penyesuaian terkait teknik penjualannya yakni menjual secara *online* melalui media sosial *facebook* dan menjual produk kepada para tetangga di sekitar rumah. Hal ini didukung oleh pernyataan responden bernama Bu Komang Sri Wartasih yang sudah berjualan sejak kecil menyatakan bahwa "... Saat pandemi covid pelanggan sepi jadi saya menawarkan produk secara online di *facebook* dan kepada para tetangga di sekitar rumah". Selain itu pedagang yang bernama Bu Kadek Dian juga melakukan penjualan di sekitar rumahnya demi peningkatan penjualan pada masa pandemi.

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa pada masa sebelum adanya pandemi memilih dan menilai prospek atau pelanggan yang potensial untuk membeli produk sangat mudah karena pengunjung ramai. Namun saat pandemi beberapa pedagang melakukan penyesuaian atau adaptasi dengan berpikiran bahwa seluruh pelanggan yang datang merupakan pelanggan potensial jadi para pedagang pasti menyambut semua pelanggan yang datang dengan harapan bahwa langkah pertama agar mereka tertarik hanya untuk melihat produk yang ditawarkan. Seperti yang disampaikan oleh Bu Gusti Ayu Lilis menyapa setiap pelanggan yang lewat dengan menanyakan ingin mencari produk apa?. Setelah itu baru lakukan step selanjutnya dengan harapan pelanggan tersebut tertarik untuk membeli produknya.

Menawarkan sebuah produk merupakan suatu hal yang harus didukung oleh mental yang kuat, karena kadang ditolak dan setelah itu kita diharapkan semangat lagi menawarkan produk ke pelanggan lainnya. Berdasarkan hasil

penelitian, ada adaptasi atau penyesuaian dalam pra pendekatan ini yakni pada masa pandemi para pedagang biasanya memegang satu produk untuk ditawarkan sehingga mampu menarik perhatian pelanggan. Seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini, Ibu Kadek mempraktekkan cara melakukan pra pendekatan kepada pelanggan.



Gambar 1. Contoh Praktek Prapendekatan

Prapendekatan seperti gambar di atas membuat pelanggan yang lewat tertarik untuk melihat dan menyentuh produk yang ditawarkan. Bu Kadek memaparkan setelah adanya pandemi berusaha melakukan berbagai cara agar produknya dilirik oleh pelanggan sehingga menghasilkan penjualan.

Tahapan setelah pelanggan tertarik melihat atau mengunjungi ruko milik kita, maka hal yang dilakukan selanjutnya yakni pendekatan yang baik kepada pelanggan dengan menawarkan produk secara ramah dan senyum tulus kepada pelanggan. Adapun adaptasi yang dilakukan yaitu pada penjualan secara *offline* maka para pedagang akan berusaha memenuhi permintaan pelanggan dengan menampilkan produk yang ditawarkan secara langsung disertai dengan promosi (misalnya beli 2 dapat diskon Rp5.000), dan jika penjualan secara *online* maka pendekatannya yakni *fast respon* dan siap melakukan penjualan dengan system *cash on delivery* (COD). Hal tersebut sesuai dengan pemaparan Bu Mening bahwa "saat pandemi covid benaran sepi gek, jadi saya menjual di fb serta jualan pakai kendaraan (mobil) juga

sehingga penjualan saya meningkat, pokoknya jika sudah ada pelanggan yang bertanya atau merespon tawaran saya maka saya akan memberikan pelayanan prima atau mencarikan produk yang diinginkan" Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa setelah adanya pandemi para pedagang berusaha menawarkan produknya lebih kreatif kepada para pelanggan.

Saat pandemi pelanggan sangat sedikit dan sebagian pelanggan merupakan wisatawan domestik. Sehingga para pedagang sudah mengetahui karakteristik pelanggan yang sebagian besar mencari produk sesuai dan tren di dalam negeri. Oleh karena itu, adapun strategi presentasi dan demo yang dilakukan mengalami adaptasi atau penyesuaian dalam hal memajang produk tren di bagian depan ruko sehingga mudah dilihat oleh pelanggan, selain itu beberapa pedagang juga langsung meminta pelanggan untuk mencoba produknya. Selain itu menurut Bu Gusti Ayu Lilis dapat juga dilakukan dengan memberikan contoh produk kita sesuai permintaan pelanggan.

Pada masa pandemi semua orang tau perekonomian sedang tidak bagus sehingga jika ada pelanggan yang keberatan terkait harga produk maka penyesuaian atau adaptasi yang dilakukan para pedagang Pasar Seni Sukawati pada masa pandemi yaitu memberikan diskon atau memberikan penguatan pada keunggulan produk yang ditawarkan. Sesuai dengan pernyataan Bu Gusti Ayu Lilis "tawar menawar itu biasa, kalau mereka keberatan kita infokan promonya, semisalnya beli tiga pcs harga Rp50.000". Selain itu Bu Agung Anom pun menyatakan juga jika membeli banyak, maka pelanggan akan diberikan diskon. Secara umum, saat pandemi penjualan para pedagang menurun, sehingga para pedagang berupaya mengatasi keberatan pelanggan terkait harga dengan memberikan diskon atau potongan harga kunci utamanya para pedagang yakni yang penting produk mereka terjual, mendapatkan untung sedikit tidak masalah di masa pandemi.

Hal yang paling jarang dilakukan oleh para pedagang yakni tindak lanjut setelah transaksi jual beli dilakukan. Namun berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa pada masa pandemi ada pedagang menjual produk secara *online* yang bertanya terkait produk yang sudah dibeli oleh pelanggan untuk dijadikan testimoni sehingga bisa menjadi bahan evaluasi terkait produk selanjutnya serta bisa menjalin hubungan baik kepada pelanggan tersebut. Hal ini sesuai dengan perkataan Bu Komang Sri Wartasih, "... saya berpesan jika nanti berkunjung kembali ke Pasar Seni Sukawati, ingat berbelanja di warung saya. Apabila penjualan secara *online* di *facebook* maka saya minta testimoni setelah pemakaian produk saya". Selain itu hal yang sama juga dilakukan oleh Bu Kadek Indrawati terkait meminta testimoni kepada pelanggan yang sudah pernah membeli produknya. Berdasarkan pernyataan tersebut diketahui bahwa tindak lanjut saat melakukan penawaran produk pada masa pandemic diharapkan mampu meningkatkan penjualan produk.

Pembahasan

Pada masa pandemi Covid-19 para pedagang di Pasar Seni Sukawati tetap berjuang untuk menjual produk walaupun yang ada hanya wisatawan lokal atau masyarakat sekitar. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh informasi bahwa walaupun penjualan sedikit atau menurun drastis saat pandemi para penjual tetap antusias melakukan penawaran produk dengan beberapa adaptasi atau penyesuaian seperti halnya jenis produk yang ditawarkan mengalami penyesuaian pada masa pandemi karena pelanggan (masyarakat lokal) lebih memilih busana yang nyaman dipakai di rumah seperti daster, celana pendek, dan kulot. Hal tersebut membuat para pedagang pakaian di Pasar Seni Sukawati berpikir untuk menyediakan stok lebih banyak sesuai tren atau permintaan pasar. Hal ini senada menurut (Efawati & Hermawan, 2020) berbagai faktor mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk salah satunya

tren saat itu. Oleh karena itu diharapkan para produsen mengambil kesempatan ini untuk selalu menambah nilai produknya sehingga menarik minat pelanggan.

Pada dasarnya menyediakan stok produk sesuai tren atau permintaan pasar menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh para pedagang karena melihat keadaan terkini merupakan hal yang menjadi komponen utama untuk mendapatkan penjualan. Selain itu penyesuaian juga dilakukan pada masa pandemi dalam hal teknik penjualan, ada beberapa pedagang yang menjual produk secara online melalui sosial mediana yaitu *facebook*, ada juga yang menjual kepada para tetangganya atau sekitar tempat tinggal, selain itu ada juga yang menjual di pinggir jalan dengan mobil serta bersedia memberikan pelayanan *cash on delivery* (COD) untuk daerah sekitar Desa Sukawati. Hal serupa juga dilakukan oleh pemilik Mertasari Kite Shop (Santi et al., 2021) bahwa untuk meningkatkan penjualan produknya pada masa pandemi covid-19 maka produk ditawarkan di *market place* berupa sosial media salah satunya *facebook*.

Adaptasi selanjutnya dari segi memilih dan menilai prospek dilakukan pada masa pandemi oleh para pedagang yakni semua orang atau pelanggan yang datang memiliki potensi untuk membeli produk mereka. Maka dari itu pelayanan diberikan secara maksimal saat pelanggan baru masuk pintu Pasar Seni Sukawati. Sehingga penyesuaian juga dilakukan pada segi prapendekatan, pendekatan, presentasi produk yang sebagian besar pedagang menunjukkan produknya dengan kualitas terbaik demi menggait hati pelanggan. Sesuai dengan pemaparan (Dewi et al., 2020) bahwa salah satu strategi yang dapat dilakukan yakni mengoptimalkan produk yang ditawarkan serta disesuaikan kembali dengan harganya sehingga mampu menarik pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat

adaptasi strategi penawaran produk yang dilakukan oleh para pedagang pasar seni sukawati pada masa pandemi covid-19 antara lain sebagai berikut.

Dari segi produk yang ditawarkan mengalami penyesuaian pada masa pandemic covid-19 karena pelanggan sebagian besar berasal dari masyarakat lokal maka para pedagang menjual produk seperti pakaian atau daster, celana pendek dan kulot yang nyaman dipakai di rumah saja. Selain itu dari segi teknik penjualan para pedagang juga ada yang menjual produk mereka melalui media social *facebook* serta menyediakan layanan *cash on delivery* (COD) untuk wilayah sekitar Desa Sukawati. Dari segi memilih pelanggan pada masa pandemi semua pedagang menganggap bahwa para pelanggan yang datang merupakan pelanggan potensial sehingga dari segi pra pendekatan, pendekatan serta presentasi produk mengalami penyesuaian lebih mengutamakan keramahan, menjemput pelanggan serta kualitas produk. Para pedagang juga menyesuaikan kembali terkait harga jual produk mereka saat pandemic covid-19 dikarenakan pelanggan merupakan warga lokal serta perekonomian semua masyarakat sedang menurun. Serta dari segi tindak lanjut saat penjualan sudah selesai dilakukan yakni para pedagang akan memberikan informasi terkait harga special jika berkunjung kembali serta meminta testimoni dari pelanggan online sebagai bahan evaluasi produk yang telah ditawarkan.

Adapun saran bagi para pedagang di Pasar Seni Sukawati agar tetap meningkatkan tatacara penawaran produk yang kreatif untuk menarik minat pelanggan demi peningkatan jumlah penjualan. Bagi peneliti yang lain diharapkan meneliti adaptasi yang dilakukan di pasar seni selain Pasar Seni Sukawati guna mengetahui perbedaan adaptasi yang dilakukan oleh para pedagang di pasar seni seluruh Bali.

DAFTAR PUSTAKA

Bank Indonesia. (2022). *Laporan Perekonomian Provinsi Bali*.

Copyright © 2022 Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha This is an open access article distributed under the CC BY-NC 4.0 license -<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Denpasar: Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Pages/Laporan-Perekonomian-Provinsi-Bali-Februari-2022.aspx>

Dewi, L. K. S., Mahadewi, N., & Dewi, N. (2020). Strategi Pemasaran Pasar Seni Guwang Sukawati Sebagai Daya Tarik Wisata Belanja. *Jurnal IPTA*, 8(1), 74. <https://doi.org/10.24843/ipta.2020.v08.i01.p10>

Efawati, Y., & Hermawan, N. J. (2020). Memahami Tren "Atribut Produk": Tinjauan Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Minuman dan Implikasinya Terhadap Industri Making Sense Of The "Product Attributes" Trends: A Review Of Consumers Drink Choice Behavior And Industry Implications. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 1(2), 28–37. <https://ijabo.a3i.or.id>

Febriani, N. N. S., Wesnawa, I. G. A., & Treman, W. (2014). Kajian Potensi Pasar Seni Sukawati Sebagai Objek Wisata Budaya Di Desa Sukawati Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar (Tinjauan Geografi Pariwisata). *Jurusan Pendidikan Geografi*, 2(1), 1–10.

Ivanov, D. (2021). Supply Chain Viability and the COVID-19 pandemic: a conceptual and formal generalisation of four major adaptation strategies. *International Journal of Production Research*, 59(12), 3535–3552. <https://doi.org/10.1080/00207543.2021.1890852>

Mangku, H. B., Suharjo, R. P., Bakhri, S., Rinderiyana, Y., Sunardi, |, Rochana, E., Lin, K., Gunawan, A., Tantowi, |, Christian, A. |, Cahyo, H., Finka, S., Adiwisastra, S., Ramadhoni, I., Rilda, |, Athik, T. |, Ummah, H., Amala, A., Barnawi, E., ... Zailani, J. (2020). *Covid19 Disrupsi &*.

Robbins, S. P. (2003). *Perilaku Organisasi*. Jakarta : PT.Gramedia.

Santi, N. W. A., Indrayani, L., & Musmini, L. S. (2021). Adaptation of Mertasari

Kite Shop's Economic Activities During the Covid-19 Pandemic. *Proceedings of the 6th International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management, and Social Science (TEAMS 2021)*, 197(Teams), 146–150. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.211124.022>

Kabupaten Gunungkidul.
2020(October), 14–15.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.* Alfabeta.

Sumarni. (2020). *Implementasi Kebijakan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam Menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru di bidang Pariwisata Study Kasus di*