



## PASAR TRADISIONAL MENUJU PASAR DIGITAL

Juwairiah<sup>1</sup>, Peter Eka Rosadi<sup>2</sup>, Frans Richard Kodong<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

Email: <sup>1</sup>juwairiah@upnv.ac.id; <sup>2</sup>peter@upnyk.ac.id; <sup>3</sup>frans.ricard@upnyk.ac.id

### **Abstract**

*In order to go to the digital market, traditional markets such as bantengan market, have improved to follow the development of digital technology, so that traders, especially those who have permanent kiosk stalls, can develop their business traditionally and also digitally or known as digital marketing. The Bantengan market businesses, which are managed by Woncatour Village-Owned Enterprises (BUMDES), to go to the digital market are in the background of the following problems; Human Resources/Traders, Management of Market Management by BUMDES, Masalah Security and Environment. In collusion to be able to go to the digital market, the managers of the Bantengan market carried out programs, including; The installation of CCTV aims to secure the Market environment and also develops digital marketing for traders who have permanent kiosks/took by conducting education about the use of Social Media in digital marketing. It is hoped that by using an online system, Social Media (Example Whatsapp Business) can increase income (ROI, Return on Investment) which in the end can improve the welfare of traditional market traders who have been veering towards a digital-based market.*

**Keywords:** Markets, Digital Marketing, Social Media

### **Abstrak**

Dalam rangka menuju pasar digital, pasar tradisional seperti pasar Bantengan, telah berbenah untuk mengikuti perkembangan teknologi digital, agar para pedagang, khususnya yang mempunyai kios kios permanen, dapat mengembangkan usaha mereka berjualan secara tradisional dan juga secara digital atau dikenal dengan istilah pemasaran digital. Adapun usaha-usaha pasar Bantengan, yang di Kelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Woncatour ini, untuk menuju pasar digital adalah di latarbelakangi permasalahan - permasalahan sebagai berikut : Sumberdaya Manusia/ Pedagang, Manajemen Pengelolaan pasar oleh BUMDES, Masalah Keamanan dan Lingkungan. Solusi untuk dapat menuju pasar digital, para pengelola pasar Bantengan melakukan program antara lain : Pemasangan CCTV yang bertujuan untuk keamanan lingkungan Pasar dan juga mengembangkan pemasaran digital bagi para pedagang yang memiliki kios/took permanen dengan melakukan edukasi tentang pemanfaatan Sosial Media pada pemasaran digital. Diharapkan dengan menggunakan sistem online, Sosial Media (Contoh *Whatsapp Business*) dapat meningkatkan pendapatan (ROI, Return on Investment) yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan para pedagang pasar tradisional yang telah berubah menuju pasar yang berbasis digital.

**Kata kunci:** Pasar, Pemasaran Digital, Sosial Media

## **PENDAHULUAN**

Merebaknya Covid-19 di dunia membuat banyak orang harus melakukan aktivitasnya di rumah. Organisasi Kesehatan Dunia atau World Health Organization (WHO) resmi mengumumkan wabah Covid-19 sebagai pandemi global. Inilah awal langkah baru bagi penduduk dunia. Covid-19 punya keterkaitan erat dengan pelbagai aktivitas penduduk dunia sehingga beragam aktivitas baik dari segi ekonomi mengalami banyak perubahan. Survei dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan tujuh dari setiap sepuluh pelaku UMKM membutuhkan bantuan modal usaha. Menurunnya omzet dagang para pelaku UMKM inilah dampak dari efek kebijakan yang dibuat untuk meminimalisasi penyebaran virus Covid-19.

Tidak dapat ditolak lagi, sebelum pandemi Covid-19 ini melanda seluruh dunia, pasar tradisional atau pasar konvensional merupakan tempat yang krusial bagi kegiatan ekonomi masyarakat. BPS mencatat sebesar 26,16 juta orang yang masih menderita kemiskinan. Dari angka tersebut, bangsa ini masih memiliki pekerjaan untuk mengatasi kemiskinan. Belum saja tuntas, justru ditambah dengan adanya pandemi ini dan dengan segala dampak atau efek dari kebijakan yang dibuat.

Pesatnya kemajuan teknologi sekarang ini memang tidak bisa diragukan lagi. Proses digitalisasi pada seluruh lapisan masyarakat sudah merebak jauh sampai pada akarnya yaitu anak-anak. Mudah-mudahan gawai untuk dimiliki secara pribadi, membuat semua orang memiliki gawainya masing-masing. Kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi inilah yang menjadi adiksi bagi sebagian atau bahkan semua elemen masyarakat. Kominfo menyatakan bahwa Indonesia adalah "raksasa teknologi digital di Asia". Sebanyak lebih dari 250 juta jiwa penduduk Indonesia merupakan target pasar bagi para pelaku usaha di dunia digital.

Saat ini, kemudahan teknologi yang ditawarkan merupakan terobosan jitu untuk kembali memulihkan kegiatan ekonomi masyarakat. Para investor digital juga mempermudah para pelaku ekonomi melalui platform jual beli seperti SHOPEE, TOKOPEDIA, dsb. Dengan keterbatasan yang terjadi saat ini, platform-platform tersebut dapat menunjang keberlangsungan hidup orang banyak. Media sosial bukan sebagai media komunikasi lag. Sekarang, media sosial dapat menjadi ladang bisnis bagi UMKM. UMKM dapat berkembang dengan berpindah dari hal yang



konvensional ke hal yang lebih modern.

Moderenisasi yang terjadi bukanlah sesuatu yang harus ditolak, melainkan sesuatu yang harus dimanfaatkan dan diefektifkan. Digitalisasi dikalangan masyarakat merupakan langkah manifestasi ide-ide para pencipta wadah digital itu sendiri. Memang, banyak dampak negatif yang ditimbulkan apabila modernitas terjadi tanpa kendali. Tetapi, menolak modernitas berarti menolak kehidupan yang lebih baik. Perubahan seperti ini sebenarnya bisa saja terjadi karna pemikiran masyarakat yang semakin berkembang serta pemanfaatan teknologi yang sangat baik, persaingan di sektor perdagangan juga sudah biasa terjadi, karna setiap pedagang pasti membuat berbagai strategi pemasaran agar barang yang di jual laku di pasaran tak terkecuali memanfaatkan teknologi yang ada.

#### **METODE DAN PELAKSANAAN**

Proses pencarian solusi terhadap permasalahan yang ada, dilakukan melalui pendekatan dan diskusi bersama dari pengurus BUMDES yang mengurus pasar Bantengan, dari Ketua sampai ke anggota dan juga warga masyarakat pedagang. Mitra menyatakan kesediannya untuk terlibat aktif dalam kegiatan ini. Antusiasme mitra terlihat sejak pertemuan awal perencanaan program PbM, baik ditempat-tempat pertemuan dan juga di lokasi pasar Bantengan Wonocatur Banguntapan Bantul, DIY. Dari hasil pertemuan, mitra dengan antusias ikut bersama-sama mempersiapkan, ikut mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi koperasi. Keseriusan selanjutnya ditunjukkan dengan dukungan data yang dijadikan dasar pembuatan usul program ini. Pengelola dan juga pedagang pasar sangat senang dan berkeinginan agar Pendampingan kegiatan menuju pasar digital dan ramah lingkungan dapat meningkatkan kemampuan pengurus dan anggota BUMDES, dapat meningkatkan kualitas SDM pengelola pasar, pemberdayaan ekonomi masyarakat, peningkatan sarana dan prasarana pasar.

Pelaksana program ini berharap partisipasi mitra dapat berperan serta aktif sehingga mendukung dan sanggup melaksanakan program ini sebaik-baiknya secara bersama-sama, karena mitra yang mengetahui pasti permasalahan yang dihadapi, apa yang diinginkan, dan bagaimana mereka mendapatkan solusi dari

permasalahan seputar pasar Bantengan.

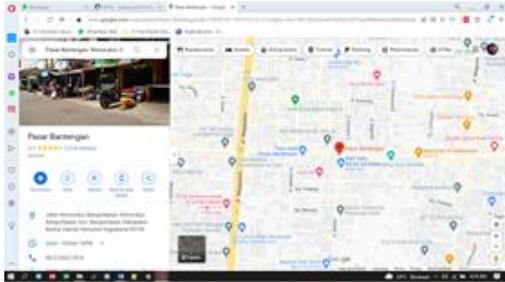
Adapun Tahap-tahap kegiatan meliputi perencanaan, analisis, perancangan, implementasi dan evaluasi. Adapun rincian kegiatan dari masing-masing tahap tersebut adalah:

- a. Tahap Perencanaan : Menjelaskan maksud dan tujuan kegiatan kepada mitra dan pihak-pihak yang terkait dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
- b. Tahap Analisis : Identifikasi permasalahan, Penentuan pendekatan, Penyusunan prosedur, Studi literature, Sosialisasi dan workshop/pelatihan
- c. Tahap Perancangan : Menyiapkan dan merancang materi pelatihan, dengan membuat modul pelatihan, Merancang sistem berbasis TIK
- d. Implementasi : Melaksanakan Pelatihan-pelatihan, implmentasikan sarana prasarana pasar, seperti kotak penampungan sampah, CCTV, Rambu-rambu lalulintas dan sarana prasarana lainnya.
- e. Evaluasi : Evaluasi dilakukan untuk mengetahui keberhasilan kegiatan berdasarkan target luaran, Evaluasi terhadap keberlanjutan program.

### **Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan PbM dilakukan dengan memulai tahap koordinasi dengan Tim Pengabdi dan Mitra, dengan melakukan sosialisasi kepada pengelola pasar dan pedagang pasar bantengan akan rencana program pengembangan pasar tradisional menuju pasar digital. Selanjutnya dilakukan analisis situasi dan kebutuhan akan pengembangan pasar dengan melakukan inventarisir permasalahan-permasalahan yang ada pada mitra. Selanjutnya dilakukan edukasi online/digital, pelatihan manajemen pemasaran pada pengelola pasar, dan juga dilakukan peremajaan sarana dan prasarana pasar terutama pemasangan alat CCTV dengan tujuan dapat memantau kegiatan pasar, ketertiban lalulintas dan juga keamanan pasar. Kegiatan lain untuk menjaga kebersihan lingkungan, dibangun juga sumur-sumur peresapan untuk menangani limbah cair dari para pedagang, dan masyarakat sekitar pasar.

Adapun kegiatan-kegiatan pelaksanaan program dapat dilihat pada gambar/foto-foto dibawah ini :



Gambar 1. Lokasi Pasar Bantengan



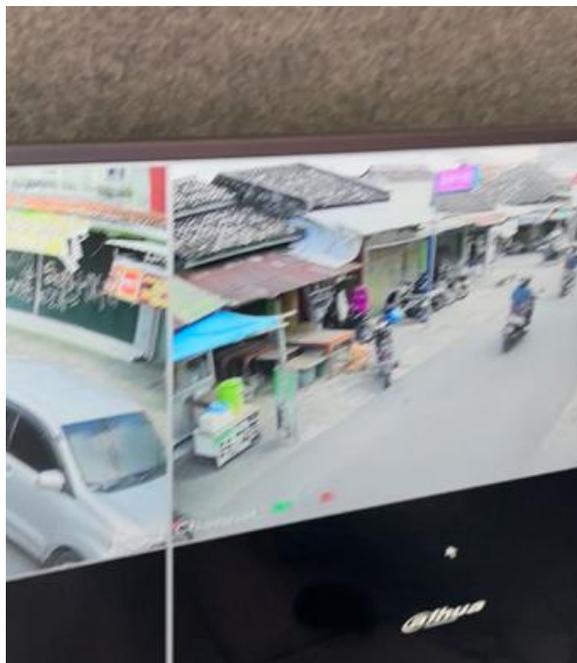
Gambar 2. Situasi pasar Bantengan



Gambar 3. Pembangunan Sumur Resapan Limbah Cair pasar Bantengan



Gambar 4. Instalasi CCTV



Gambar 5. Pemantauan CCTV Pasar Bantengan

Pengembangan Penjualan menggunakan daring juga dikembangkan di pasar Bantengan. Berbisnis efektif menggunakan Whatsapp Business untuk meningkatkan Penjualan. Kepopuleran aplikasi pesan instan WhatsApp menjadi peluang bagi pebisnis terutama UMKM dan para pedagang pasar tradisional untuk meningkatkan penjualan dan marketing produk mereka.



Gambar 5. Pasar Bantengan Menuju pasar Dijital

Setelah melakukan sosialisasi dan edukasi e-commerce, beberapa kios permanen yang menjual sembako dan beberapa pedagang lainnya sudah menggunakan aplikasi WA bisnis ini untuk meningkatkan pangsa pasar baik *offline* maupun *online*. Aplikasi WhatsApp telah diinstall oleh 5 miliar pengguna dan menempati peringkat 1 di *playstore*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil dari kegiatan PbM ini antara lain ; pembangunan resapan limbah cair pasar, pengembangan sistem CCTV untuk pemantauan kegiatan pasar, implementasi pemasaran online atau e-commerce atau pemasaran digital telah dilakukan oleh pedagang pasar yang mempunyai Kios permanen, dan dikategorikan Kios menengah ke atas dan telah mendapatkan edukasi pemasaran digital. Selain itu, Adapun luaran lain pada kegiatan PbM ini meliputi; 1) Paper ilmiah yang dipublikasikan melalui jurnal online ber ISSN atau prosiding online ber ISBN dari



seminar nasional, Artikel atau Press Release pada Harian Jogja, Buku berISBN, HKI dan juga dengan peremajaan prasarana dan saran sistem komputer dapat mengembangkan menejemen pasar yang modern dan ramah lingkungan.

Tabel 1. Indikator Keberhasilan

<b>Indikator Keberhasilan</b>	<b>Uraian</b>
1. Kebersihan	Dengan adanya pengelolaan limbah pasar, khususnya limbah cair, para pedagang dapat memanfaatkan pembuangan limbah cair melalui sumur-sumur resapan yang dibangun.
2. Keamanan	Dengan adanya pemantauan menggunakan CCTV dapat mengurangi tindakan kriminal, seperti kejahatan, pencurian dan lain-lain.
3. Pasar Digital	Dengan dibagunnya beberapa instrument digital, seperti posko pasar dilengkapi denga perangkat komputer, dan juga CCTV dapat meningkatkan kinerja pengelola pasar BUMDES dan para pedagang dalam melakukan transaksi, dan juga dapat menangani ketertiban lalu lintas dan juga keamanan pasar
4. Peremajaan Sarana dan Prasarana Sistem Komputer	Pengelelo Pasar dapat mengolah data Pasar Bantengan dengan baik, dan juga meningkatkan manajemen pengelolaa pasar berbasis dijital dan juga Pasar yang ramah lingkungan

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan situasi pasar tradisional, permasalahan yang ada, ada beberapa hal yang perlu mendapat perhatian, antara lain ; kebijakan perlindungan kepada pasar tradisional, Arah pengembangan pasar di masa akan datang, membangun SDM/Para pelaku usaha, pedagang untuk melek teknologi, Edukasi tentang pemasaran modern/digital, serta mendukung penerapan sistem informasi management pengelolaan pasar oleh BUMDES, Badan Usaha Milik Desa. Salah satu pemanfaatan teknologi yang populer dikalangan pedagang adalah Sosial Media, seperti Whatsapp. Dengan teknologi social media ini diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar para pedagang, dengan menggunakan sistem online, Sosial Media (Contoh Whatsapp Business) dapat meningkatkan pendapatan (ROI) yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan para pedagang pasar tradisional yang telah berubah menuju pasar yang berbasis digital.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, Indonesia yang telah memberikan dukungan dana untuk pengabdian ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi positif pada pengabdian masyarakat dengan menjelaskan bentuk kontribusi yang telah diberikan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Digital Marketing, Manasmita Panda, Aishwarya Mishra Department of Electronics and Telecommunication, IIT Bhubaneswar, Bhubaneswar, Odisha, India, 2021
- Tety Elida Ari Raharjo, 2019, Pemasaran Digital, Penerbit IPB Press
- <https://www.kompasiana.com/dwikotegar/62f74e1ca1aeea3b2263c272/dari-pasar-tradisional-ke-pasar-daring>
- <https://www.solopos.com/transformasi-pasar-tradisional-menjadi-pasar-online-1102122>
- <https://adoc.pub/perkembangan-pasar-modern-dan-pasar-tradisional.html>
- <https://haloedukasi.com/pasar-digital#:~:text=Pasar%20digital%20atau%20yang%20lebih%20dikenal%20dengan%20istilah,media%20digital%20dan%20biasanya%20dengan%20ban%20tuan%20jaringan%20internet.>
- <https://agregoid.com/blog/berbisnis-efektif-menggunakan-whatsapp-business-untuk-meningkatkan-penjualan>