

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN PEDAGANG DALAM BEBENAH PASAR TRADISIONAL SUKATANI DEPOK

Reny Fitriana Kaban

IKPIA Perbanas, Jl. Perbanas, RT.16/RW.7 Jakarta Selatan 12940

Email: renyfitriana@gmail.com

Abstract: Community empowerment in improving the independence of the nation by behavior design can be conducted through training. The aim of the entrepreneurship training given to the traders in traditional market Sukatani Depok is to enhance their competence in order to be able to compete with the modern markets which grow rapidly. This study was started with survey method to the consumers and traders by interview, observation and questionnaire. The training was given in two stages regarding marketing strategy and business management. At the end of the program there was a survey about training participant satisfactory. This training gives positive impacts to increase motivation, knowledge and skill of the traders in traditional market Sukatani Depok.

Keywords: Entrepreneurship; traditional market; traders

Abstrak: Pemberdayaan masyarakat dalam rangka meningkatkan kemandirian bangsa melalui rekayasa perilaku dapat dilakukan dengan pelatihan, Tujuan pelatihan kewirausahaan yang diberikan kepada para pedagang di pasar Sukatani Depok bertujuan untuk meningkatkan kompetensi mereka sehingga dapat bersaing dengan pasar modern yang tumbuh pesat. Studi ini diawali dengan metode survey kepada konsumen dan pedagang pasar melalui wawancara, observasi dan kuesioner. Pelatihan diberikan dalam dua tahap mengenai strategi pemasaran dan manajemen bisnis. Di akhir program dilakukan survey kepuasan kepada peserta pelatihan. Pelatihan ini memberikan dampak positif bagi peningkatan motivasi, pengetahuan dan ketrampilan pedagang pasar tradisional Sukatani Depok.

Kata kunci: kewirausahaan; pasar tradisional; pedagang

Depok, kota yang terletak di perbatasan antara ibukota Jakarta dan Jawa Barat mengalami peningkatan jumlah penduduk yang sangat pesat. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas kependudukan di kota Depok pada tahun 2005 jumlah penduduk di kota Depok sebesar 1.374.000 jiwa, pada tahun 2011 berjumlah 1.667.000 jiwa dan pada tahun 2013 berjumlah 2 juta jiwa. Peningkatan jumlah penduduk yang cepat ini mengakibatkan diperlukannya sarana dan prasarana umum yang menunjang pertumbuhan dan perkembangan ekonomi masyarakat.

Salah satu dari sarana tersebut adalah kebutuhan tempat berdagang yang layak, yakni pasar tradisional. Pasar ini terbukti telah

menjadi tempat yang digunakan sebagian besar warga Depok kelas menengah dan bawah untuk melakukan transaksi jual beli mereka. Kondisi pasar tradisional di kota Depok saat ini dirasakan masih kurang baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya.

Di sisi lain, pertumbuhan dan perkembangan pasar modern (hypermarket, supermarket dan mini market) semakin pesat kuantitas dan kualitasnya. Berdasarkan hasil studi AC Nielsen pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4% per tahun, sedangkan pasar tradisional menyusut 8% per tahun. Seiring dengan perkembangan zaman dan perubahan gaya hidup, pasar tradisional telah mendapat persaingan yang semakin berat dari pasar modern

dan hal tersebut berpotensi dapat mengancam eksistensi pasar tradisional itu sendiri. Jika dilihat pertumbuhan pasar modern di Indonesia saat ini, telah menunjukkan angka yang cukup fantastis. Berbagai jenis pasar modern seperti supermarket, hypermarket maupun mal-mal perbelanjaan begitu ‘menjamur’ (Rozaki,2012). Fenomena ini mengindikasikan adanya persaingan yang ketat antara pasar tradisional dengan pasar modern. Penelitian yang dilakukan oleh SMERU yang didanai oleh World Bank mengenai “Dampak supermarket terhadap pasar dan pedagang ritel tradisional di daerah perkotaan di Indonesia” menunjukkan bahwa kelesuan yang terjadi di pasar tradisional kebanyakan bersumber dari masalah internal pasar tradisional yang memberikan keuntungan pada supermarket. Karena itu, untuk menjamin keberlangsungan pasar tradisional diperlukan perbaikan sistem pengelolaan pasar tradisional yang memungkinkannya dapat bersaing dan tetap bertahan bersama kehadiran supermarket.

Sistem pengelolaan pasar tradisional yang baik bisa dimulai dari tersedianya sumber daya manusia (SDM) yang handal dari para pengelola pasar, khususnya para pelaku usaha di pasar (pedagang ritel) Pelatihan manajemen kewirausahaan yang berkala dan tepat guna bagi mereka yang terkait dengan issue ini dapat menjadi solusi bagi permasalahan di atas sehingga mereka dapat menjadi “agent of change” dalam kemajuan kota Depok.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hendriani dan Nulhakim (2008) menyimpulkan bahwa Pelatihan dan pembinaan berpengaruh signifikan dalam menumbuhkan jiwa wirausaha mitra binaan PT. (Persero) Pelabuhan Indonesia I Cabang Dumai. Besar pengaruh variabel pelatihan dan pembinaan dalam menumbuhkan jiwa wirausaha mitra binaan adalah 59,0%. Artinya dalam menumbuhkan jiwa wirausaha mitra binaan dipengaruhi oleh pelatihan dan pembinaan yang diterima.

Hal ini sejalan dengan hasil dari program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim dosen UNJ (2017) dalam bentuk pelatihan kewirausahaan kepada pelaku usaha kecil dan binaan koperasi di Rusunawa Cipinang Besar Selatan yang menyimpulkan bahwa pelatihan yang dilaksanakan mampu meningkatkan jiwa

wirausaha dan motivasi para pelaku usaha dalam menjalankan usaha bisnisnya dengan baik dan optimal.

Selaras dengan hal ini penelitian yang dilakukan oleh Pradipta dan Wirawan (2016) dengan judul “Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Sumber Daya Pedagang Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Di Kota Denpasar” menegaskan bahwa Pengembangan sumber daya pedagang pada dasarnya merupakan suatu rangkaian yang berkelanjutan dengan pendidikan latihan dan pengembangan yang perlu dilaksanakan demi meningkatkan pendapatan pedagang. Hal tersebut penting dilakukan pemerintah atau pengelola pasar demi meningkatkan pendapatan pedagang. Sumber daya yang baik memiliki kualitas kesehatan fisik dan kualitas intelektual yang dapat mengembangkan pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki agar dapat memperoleh hasil yang maksimal sesuai dengan harapan yang diinginkan para pedagang.

Lebih lanjut Aryoko dkk (2016) menjelaskan pentingnya pelatihan tentang Pengelolaan pasar tradisional yang berwawasan lingkungan perlu diadakan terus menerus bagi para pedagang pasar tradisional dalam penelitian mereka terhadap pedagang pasar tradisional di Tanjungpandan, Belitung.

Sedangkan Sutajaya (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “Pelatihan Ergo-Entrepreneurship Untuk Meningkatkan Pengetahuan Dan Sikap Kewirausahaan Pedagang Kuliner Di Peliatan Ubud Gianyar Bali” mengungkapkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan ergo-entrepreneurship dapat meningkatkan secara bermakna sikap kewirausahaan pedagang kuliner lokal sebesar 9,57%.

Dengan pelatihan kewirausahaan peserta dalam hal ini pedagang akan mendapatkan kemudahan dalam menghadapi hambatan dalam berusaha, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muslimin (2014) yang menyimpulkan bahwa Perbedaan dalam pelaksanaan usaha anggota peserta pelatihan yaitu sebelum mengikuti pelatihan kewirausahaan yakni pelaksanaan usaha anggota mengalami hambatan namun setelah mengikuti pelatihan hambatan yang dihadapi bisa diminimalisir sekecil mungkin.

Pelatihan kewirausahaan tersebut memberikan kontribusi yang baik/ positif bagi pelaksanaan usaha anggota peserta pelatihan karena membantu dalam menyelesaikan hambatan usaha anggota yang selama ini mendera

Sumber daya manusia (SDM) dalam hal ini para pengelola pasar baik dinas/kantor pasar, lurah pasar dan petugas retribusi maupun para pedagang di pasar secara terus menerus diberikan pelatihan dan pengetahuan manajemen (management know how) maupun keterampilan manajemen (management skill) yang mendidik dan melatih jiwa kewirausahaan serta melakukan pengawasan di segala bidang. Pelatihan kewirausahaan mengenai cara melayani dengan baik (service quality), memilih komoditas yang bermutu, bagaimana berlaku jujur (terkait ukuran/tarakan barang dan kualitas), dan berperilaku budaya lingkungan. Pendampingan dalam manajemen kewirausahaan tersebut diantaranya dalam bentuk: 1. Strategi penjualan, yakni menyikapi persaingan antar pedagang yang semakin ketat maka diperlukan strategi untuk meningkatkan penjualan. Dalam kaitan ini, para pedagang perlu diberi pengetahuan tentang tatacara pengaturan barangdagangan, pelayanan kepada pembeli, teknik komunikasi dan transaksi yang jujur namun tetap menguntungkan, serta promosi barang yang dijual. 2) Sistem stok dan delivery Pedagang perlu diberi pengetahuan tentang pengaturan stok barang sehingga tidak perlu terjadi penumpukan jika permintaan sedang turun dan tidak kekurangan pada saat permintaan sedang meningkat. Ini terkait langsung dengan mekanisme serta sistem distribusi dan delivery barang dagangan pada waktu yang dibutuhkan dengan jumlah yang tepat. Hal ini perlu didukung oleh adanya kelancaran transportasi dan lokasi bongkar yang lapang dan tidak sesak (perlu ada jalur atau pintu masuk yang khusus untuk mengangkut lalu lintas barang).

Perubahan yang Diharapkan Dapat Terjadi

Perubahan yang diharapkan dapat terjadi dari diadakannya pelatihan kewirausahaan ini yaitu dengan meningkatnya kapasitas dan potensi pedagang dan pengelola pasar tradisional Sukatani yang bermanajemen modern namun tetap mempertahankan kekhasan pasar tradisional serta tercipta pasar tradisioanal yang memiliki citra

bersih, jujur, indah dan dengan pelayanan prima. Hingga para pedagang dapat survive dan pembeli tetap ‘mencintai’ pasar tradisional apalagi dalam era keterbukaan pasar yang sangat kompetitif yakni ASEAN Economic Community.

METODE

Program pemberdayaan masyarakat dalam bentuk pelatihan kewirausahaan bagi para pedagang pasar Sukatani kota Depok ini merupakan hasil Community Engagement Grants (Research Based) Universitas Indonesia, dimana penulis merupakan alumni dari kampus tersebut.

Sebelum program pengabdian masyarakat ini dilakukan, terlebih dahulu diadakan riset terhadap konsumen dan para pedagang untuk mengukur potensi pasar Sukatani Depok yang tujuannya adalah untuk mengetahui persepsi konsumen (pembeli) dalam revitalisasi pasar Sukatani. Informasi yang terkumpul melalui survey ini membantu pihak pasar Sukatani yakni UPT Pasar sebagai pengelola pasar dan para pedagang selaku pelaku usaha dalam revitalisasi pasar.

Pelatihan kewirausahaan yang diberikan kepada para pedagang dalam bentuk :

1. Konsultasi dan diskusi
2. Edukasi pengetahuan dan ketrampilan
3. Survey dan evaluasi

Di akhir program kembali dilakukan riset untuk mengukur atau mengevaluasi kepuasan para peserta pelatihan. Tujuan utama dari kuesioner yang diberikan kepada pedagang peserta pelatihan adalah untuk mendapatkan persepsi pedagang pasar mengenai pelaksanaan pelatihan. Informasi yang diperoleh menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi pengambilan keputusan dalam perbaikan kualitas pasar Sukatani.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Pasar

Pasar Sukatani Kota Depok didirikan pada tahun 1990 yang merupakan hasil swadaya masyarakat, pasar ini berdiri di atas lahan seluas +2,892 M2 dan luas bangunan +1.039 M2. Lokasi pasar di Kompleks Depen Sukatani (Cimanggis), Depok.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan kepada para pembeli dan pedagang mengenai

Tabel 1. Data Pasar Sukatani

Status	Milik Pemkot
Jml Los	42
Jml Kios uk 0-5m	204
Jml Kios uk 6-10m	-
Kaki lima	-

Sumber : Dinas Koperasi, UMKM dan Pasar Kota Depok, 2014

revitalisasi pasar Sukatani secara umum (68%) menyatakan puas sedangkan 32% masih belum puas

Hasil dari pelatihan dibagi dalam dua tahap.

Tahap pertama hasilnya sebagai berikut :

Keadaan sebelum pelatihan :

1. Belum semua peserta pelatihan memahami kesesuaian antara karakteristik produsen (bahan dagangan) dengan karakteristik konsumen (masyarakat) sehingga mereka belum mengetahui posisi dan segmen yang tepat untuk barang dagangan mereka
2. Hanya sebagian dari peserta yang telah memahami pentingnya jaringan supply (ketersediaan dan kesiapan) barang dagangan. Sehingga perlu penjelasan mengenai kerapihan dalam menata pengiriman, pengolahan dan persediaan.
3. Sebagian besar peserta telah memahami tentang kualitas produk barang dagangan tapi belum memiliki kemampuan menyediakan produk yang berkualitas baik dikarenakan terkendala dana.
4. Tidak semua peserta pelatihan mengetahui dan menerapkan siasat harga dalam berdagang, oleh karenanya perlu penjelasan tentang strategi dan modifikasi harga agar mendapat keuntungan yang lebih banyak
5. Peserta pelatihan masih menerapkan marketing/pemasaran produk yang tradisional, padahal persaingan dengan pasar modern sangat ketat. Oleh karena itu perlu penjelasan pentingnya strategi marketing yang modern misalnya menggunakan delivery (antar jemput), on line dsb

Tabel 2. Data Pedagang Pasar Sukatani

Keterangan	Jumlah	Buka	Tutup
Kios 0-5	204	147	57
Los	42	30	12
Total	246	177	69

Sumber : Dinas Koperasi, UMKM dan Pasar Kota Depok, 2014

Para pedagang diberikan dua kali pelatihan yakni tanggal 13-8-2015 mendapat pelatihan urgensi pelatihan yang melibatkan 12 orang peserta pelatihan; tanggal 22-8-2015 mendapat pelatihan manajemen kewirausahaan yang melibatkan 10 orang peserta pelatihan

Keadaan setelah Pelatihan :

1. Peserta pelatihan memahami posisi produk dagangan mereka dengan baik dan segmen konsumen (masyarakat) mana yang harus disasar.
2. Peserta pelatihan memahami jaringan supply yang benar, pentingnya pelayanan prima dalam hal kerapihan, penataan pengiriman, pengolahan dan persediaan. Prinsip LIFO (Last In First Out). Sehingga tidak ada barang lama yang menumpuk dan atau kadaluwarsa
3. Peserta pelatihan berniat untuk terus memperbaiki kualitas produk mereka. Kendala dana dipecahkan dengan mencari pinjaman/kredit melalui bank atau koperasi.
4. Peserta pelatihan memahami strategi harga dan variasi penetapan siasat harga, berencana untuk menetapkan dalam usahanya
5. Peserta pelatihan memahami pentingnya strategi marketing modern dan setuju untuk menerapkannya.

Kendala-Kendala Pelaksanaan Yang Dihadapi

1. Kesadaran pada diri pedagang untuk mengikuti program community development masih kurang dengan alasan tidak ada yang menjaga kios atau los.

2. Durasi waktu kegiatan yang tidak bisa terlalu lama karena pedagang harus menjaga kios/los mereka

Tahap kedua hasilnya sebagai berikut :

Keadaan sebelum pelatihan

1. Pedagang pasar belum pernah mempelajari maupun membuat sebuah proposal bisnis yang dapat diajukan kepada lembaga-lembaga keuangan sehingga dapat menjadi solusi dalam permasalahan modal untuk mengembangkan usaha mereka.

2. Pengetahuan pedagang akan unsur-unsur dalam proposal bisnis yang meliputi rencana bisnis, analisis pasar, analisis resiko bisnis dan strategi penjualan hanya berdasarkan “learning by doing” atau otodidak, belum ada pelatihan akan hal ini sebelumnya

3. Baru satu orang dari peserta pelatihan yang pernah membuat media promosi penjualan, selebihnya belum ada kesadaran atau tidak terlalu berminat mempromosikan usaha mereka lewat media baik itu cetak, elektronik atau online

4. Belum ada kerja sama atau koordinasi sesama pedagang untuk membuat media promosi bersama sehingga biaya promosi akan lebih ringan.

5. Pedagang belum mengetahui jenis dan karakter, serta tingkat kepuasan konsumen pasar suka tani secara komplit. Sehingga usaha yang dilaksanakan selama ini sekedar berdasarkan intuisi dan perkiraan semata.

Para pedagang diberikan tiga kali pelatihan yakni : tanggal 7-9-2015 dengan jenis pelatihan pembuatan proposal melibatkan 12 peserta; tanggal 22-10-2015 dengan jenis pelatihan pembuatan Media promosi melibatkan 10 peserta; tanggal 3-11-2015 dengan jenis pelatihan evaluasi survey konsumen pasar melibatkan 8 peserta

Keadaan setelah pelatihan :

1. Pedagang pasar Sukatani memperoleh pengetahuan tentang proposal bisnis dan berkeinginan untuk membuatnya demi peningkatan dan pengembangan usahanya.
2. Pedagang mendapatkan pelatihan dan pemahaman akan unsur-unsur pembuatan proposal bisnis
3. Setelah mengikuti pelatihan Pedagang tergugah untuk membuat media promosi

penjualan mengingat dampaknya yang cukup besar bagi peningkatan volume penjualan.

4. Para pedagang sepakat untuk membuat media promosi bersama berupa brosur yang berisi daftar produk dan harga dagangan yang akan disebarakan ke wilayah-wilayah sekitar pasar sukatani
5. Pedagang mengetahui dengan jelas apa dan siapa para konsumen mereka, sehingga dapat memberikan kepuasan yang lebih maksimal bagi mereka.

Kendala-Kendala Pelaksanaan Program:

1. Belum ada koordinasi atau keterlibatan yang utuh dari pihak pengelola pasar dalam kegiatan pelatihan. Di setiap kegiatan pelatihan tidak ada anggota pengelola pasar yang terlibat, sehingga ide-ide maupun hasil-hasil dari pelatihan sulit dikomunikasikan diantara pemberi materi dan peserta pelatihan kepada pengelola pasar.
2. Animo pedagang pasar semakin menurun dalam mengikuti pelatihan, hal ini dilihat dari jumlah peserta yang kian menyusut dari waktu ke waktu. Para pedagang mengalami kesulitan dalam membagi waktu antara berjualan dan mengikuti pelatihan. Namun demikian pedagang yang bersungguh sungguh untuk mendapatkanketerampilan berwirausaha, berusaha tetap hadir di setiap kegiatannya.
3. Di antara para pelatih atau pendamping tidak ada yang memiliki keahlian desain grafis, sehingga ketika ada ide untuk pembuatan brosur daftar harga barang dagangan untuk media promosi penjualan, ide ini tidak dapat dilaksanakan sepenuhnya di samping kendala waktu dan anggaran.

Berdasarkan survey akhir yang dilakukan kepada para pedagang pasar Sukatani peserta pelatihan kewirausahaan secara umum (80,28%) menyatakan puas. Adapun hal-hal yang diukur terkait dengan tingkat kepuasan disajikan pada tabel 3.

Tabel 3 Tingkat kepuasan

No	Komponen penilaian	Tingkat kepuasan
1	waktu	80%
2	kelengkapan materi	80%
3	penguasaan materi	80%
4	penyampaian	80%
5	kebermanfaatan	80%
6	keramahan	83%
7	jumlah pelaksanaan	80%

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan dari kegiatan Pelatihan Kewirausahaan Pengabdian Pada Masyarakat ini, yaitu:

1. Pengetahuan dan pemahaman peserta pelaku usaha kecil, atau para pedagang pasar belum mumpuni terkait dengan semangat keberhasilan berwirausaha, strategi pemasaran dan bagaimana mengelola bisnis
2. Pelatihan yang dilaksanakan mampu meningkatkan jiwa wirausaha dan motivasi para pedagang dalam menjalankan usaha bisnisnya dengan baik dan optimal.

Saran

Adapun saran bagi peningkatan kualitas pelatihan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini, meliputi:

1. Perlu diupayakan untuk menggugah kesadaran para pedagang pasar tentang urgensi pelatihan dan pendampingan kewirausahaan, hal ini sebaiknya dicontohkan pula oleh para pengelola pasar (UPT)
2. Evaluasi dan kontrol secara berkala kiranya dapat terus dilakukan untuk memantau apakah para pedagang pasar Sukatani Depok telah mengaplikasikan

ilmu dan ketrampilan yang didapat dari pelatihan yang diberikan.

3. Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat dapat terus dikembangkan, yaitu dengan menambah pelatihan keterampilan yang dapat diaplikasikan dalam usaha, serta memperluas jangkauan sasaran hingga ke pasar tradisional di kota Depok yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryoko Hagoes, Tartini, dan Djunaedi Djafar. 2016. Pelatihan Dan Pendampingan Koperasi Serba Usaha (Simpan Pinjam, Pengelolaan Pasar Tradisional, Dan Mini Market). EKSIS Volume XI No 2, Oktober 2016
- Dinas Koperasi, UMKM, dan Pasar Kota Depok. "Bebenah Pasar di Kota Depok".
- Dinas Koperasi, UMKM, dan Pasar Kota Depok. "Penyusunan Profil Pasar Tradisional Kota Depok"
- Hendriani Susi & Nulhaqim Soni A. 2008. Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan Dalam Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Mitra Binaan PT. (Persero) Pelabuhan Indonesia I Cabang Dumai. *Jurnal Kependudukan Padjadjaran*, Vol. 10, No. 2, Juli 2008 : 152 – 168
- Muslimin. 2014. Analisis Dampak Positif Pelatihan Kewirausahaan dalam Peningkatan Usaha Anggota BMT Sidogiri Kecamatan Teluk Batang. jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/6609/pdf
- Pradipta AAGP & Irawan IGPN. 2016. Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Sumber Daya Pedagang Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan universitas Udayana* Vol.5, No.4 April 2016
- Rozaki, Abdur. 2014. Pasar Tradisional: dibawah Bayang-bayang Dominasi Peran Pasar Modern. IRE, Yogyakarta
- Semeru. 2007 "Laporan Penelitian Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia".

Susita Dewi, Umi Mardiyati dan Hania Aminah. 2017. Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Binaan Koperasi di Rumah Susun Sederhana Sewa (Rusunawa) Cipinang Besar Selatan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*. Vol. 1 No. 1 Juli 2017

Sutajaya I Made, 2016. Pelatihan Ergo-Entrepreneurship untuk Meningkatkan Pengetahuan Dan Sikap Kewirausahaan Pedagang Kuliner Di Peliatan Ubud Gianyar Bali. *Prosiding Seminar Nasional MIPA*.