

SEPASAR PEDAS (SEKOLAH PASAR PEDAGANG CERDAS) SEBAGAI KEKUATAN EKONOMI PADA PEDAGANG PASAR BANYUASRI DI MASA PANDEMI COVID-19

Luh Putu Ekawati¹, Putu Ria Astria², Made Denny Oktariyana³

^{1,2,3}Jurusan Ekonomi dan Akuntansi FEB UNDIKSHA

Email: luhputuekawati18@gmail.com

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has disrupted direct buying and selling transactions in traditional markets. The Ministry of Trade noted that the turnover of traders in traditional markets decreased by an average of 40% during the Covid-19 pandemic. There are 157 traditional markets in Indonesia that are affected. The decline in turnover was felt in almost all of these markets. The decline in turnover was also followed by a decrease in the number of traders by 29%. The purpose of this research is to stimulate trading activities in traditional markets so that they do not stop. The method used is the Smart Market School (SEPASAR PEDAS) in the form of education for traders and science and technology simulations. PKM location in Banyuasri Market with the number of participants involved as many as 20 people. The results of the PKM activities that have been carried out: (1) the knowledge and understanding of the participants of the traders at the Banyuasri Market are not yet qualified in terms of simple accounting records and how their business develops, (2) Traders get new techniques and start using online marketing and the UMKM accounting system in carrying out their trade in the market. This research helps traders in modern marketing and easier accounting records.

Keywords: *Sepasar Pedas, Economic strength, E-Commerce, SME Applications*

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 menyebabkan transaksi jual beli secara langsung di pasar tradisional terganggu. Kementerian Perdagangan mencatat omset pedagang di pasar tradisional rata-rata merosot hingga 40% selama masa pandemi Covid-19. Terdapat 157 pasar tradisional di Indonesia yang terdampak. Penurunan omset tersebut dirasakan hampir di seluruh pasar tersebut. Penurunan omset juga diikuti dengan menurunnya jumlah pedagang sebesar 29%. Tujuan penelitian ini untuk membangkitkan aktifitas perdagangan di pasar tradisional agar tidak terhenti. Metode yang digunakan adalah Sekolah Pasar Cerdas (SEPASAR PEDAS) yang berupa pendidikan kepada para pedagang dan simulasi IPTEK. Lokasi PKM di Pasar Banyuasri dengan Jumlah peserta yang dilibatkan sebanyak 20 Orang. Hasil pelaksanaan kegiatan PKM yang telah dilakukan: (1) pengetahuan dan pemahaman peserta para pedagang di Pasar Banyuasri belum mumpuni terkait dengan pencatatan akuntansi secara sederhana serta bagaimana perkembangan bisnis mereka, (2) Pedagang mendapatkan teknik baru dan mulai menggunakan marketing online dan sistem akuntansi UMKM dalam menjalankan perdagangannya di pasar. Penelitian ini membantu para pedagang dalam pemasaran moderen dan pencatatan akuntansi yang lebih mudah.

Kata kunci: *Sepasar Pedas, Kekuatan Ekonomi, E-Commerce, Aplikasi UKM*

PENDAHULUAN

Pasar tradisional bagi masyarakat bukan sekedar sebagai tempat jual beli semata, namun lebih dari itu, pasar terkait dengan konsepsi hidup dan sosial budaya. Pasar tradisional dapat menjadi wadah kegiatan ekonomi, interaksi sosial, dan sarana rekreasi baik suasana pasar maupun produk barang dagangan yang khas (Aliyah dkk, 2007). Kegiatan pasar merupakan

salah satu jalur perantara dalam penyampaian barang dan jasa kepada konsumen. Pasar adalah wadah untuk segala aktifitas ekonomi masyarakat. Untuk menyampaikan barang dan jasa kepada konsumen, bisa di peroleh melalui pasar. Banyak uang dan barang yang beredar di pasar, sehingga pasar menjadi penggerak ekonomi rakyat atas aktifitas ekonomi dari pasar. Aktifitas ekonomi adalah salah satu sarana untuk hidup sejahtera. Pasar yang berkembang akan

membawa dampak positif bagi masyarakat, sehingga masyarakat akan semakin sejahtera.

Pandemi Covid-19 menyebabkan transaksi jual beli secara langsung di pasar tradisional terganggu. Anjuran untuk menjaga jarak atau *physical distancing* membuat kondisi pasar tradisional cenderung sepi sejak pandemi. Sistem belanja online untuk pasar tradisional dinilai menjadi solusi agar ekonomi tetap bergairah. Menurutnya di masa pandemi sekarang ini transaksi jual beli di sektor makanan saji berbasis online tumbuh pesat, artinya pedagang dan pembeli sudah mulai banyak yang memanfaatkan teknologi (Oktavia, 2020).

Kementerian Perdagangan mencatat omset pedagang di pasar tradisional rata-rata merosot hingga 40% selama masa pandemi Covid-19. Terdapat 157 pasar tradisional di Indonesia, penurunan omset tersebut dirasakan hampir di seluruh pasar tersebut. Penurunan omset juga diikuti dengan menurunnya jumlah pedagang sebesar 29% (Wulandari, 2020). Pasar merupakan salah satu denyut perekonomian suatu daerah. Pedagang harus tetap mencari nafkahnya melalui berdagang, petani pun harus menyalurkan hasil panennya ke pasar, sementara masyarakat, harus tetap memenuhi kebutuhan pokoknya dari pasar. Pasar tradisional harus tetap dijaga keberadaannya, karena pasar adalah representasi dari ekonomi rakyat, ekonomi kelas bawah serta tempat tergantung para pedagang skala kecil – menengah (Mukuroh, 2019).

Ketua MPR RI Bambang Soesatyo menilai 14 ribu lebih pasar tradisional yang tersebar di berbagai wilayah sebagai jantung kehidupan ekonomi tidak boleh mati beraktifitas akibat pandemi Covid-19. Terhentinya aktifitas pasar tradisional sama saja dengan memberhentikan detak jantung ekonomi rakyat. Agar aktifitas perdagangan di pasar tradisional tidak berhenti, harus ada terobosan baru dari pemerintah, yakni strategi jangka pendek membatasi aktifitas kunjungan agar tidak menjadi kluster terbesar dalam penyebaran Covid-19, dengan demikian pasar tradisional tidak perlu tutup total. Strategi jangka panjang adalah mendorong para pedagang pasar

tradisional untuk melek teknologi melalui digitalisasi perdagangan secara virtual. Pandemi Covid-19 telah memaksa seluruh aktifitas pertemuan tatap muka berkurang drastis. Digitalisasi menjadi sebuah keniscayaan, begitu pula terhadap para pedagang pasar tradisional, pemerintah pusat dan pemerintah daerah harus mulai menggalakkan strategi jangka panjang membina para pedagang pasar agar melek teknologi (Asikin, 2021).

Perkembangan teknologi sampai saat ini memberikan dampak bagi dunia pendidikan, ekonomi, sosial, budaya, dan juga pembangunan di Indonesia. Para ahli berpendapat bahwa perubahan teknologi telah menciptakan rasionalisasi dalam berbagai proses kerja, tatanan kehidupan masyarakat. Perubahan ini merupakan reaksi dari setiap individu dalam upaya memahami berbagai perubahan yang terjadi beserta akibat yang ditimbulkannya (Siaila, 2010). Pada Pandemi seperti saat ini peran teknologi dalam melakukan pemasaran melalui *e-commerce* merupakan strategi yang tepat. Yuneline dan Suryana (2016) menemukan hasil 50% pedagang wanita konsisten untuk meneruskan penjualan produknya dengan cara *e-commerce*. Para pedagang juga melakukan inovasi dari sisi tipe penjualan secara online, melakukan kolaborasi sampai dengan menambah lini penjualannya. Renolafitri (2020) juga menemukan penggunaan *e-commerce* meningkatkan kekuatan ekonomi Tiongkok dalam mentransformasikan perekonomian dan kesenjangan sosial di desa Taobao.

Kota Singaraja sebagai salah satu tujuan wisata di Provinsi Bali, memiliki Pasar Banyuasri sebagai pasar tradisional yang menjadi sosial budaya yang khas dan beragam, yang berpotensi untuk dijadikan komoditas unggulan pariwisata dan menjadi prime mover perekonomian daerah. Pasar Banyuasri sebagai obyek wisata *city tour* diharapkan mampu menjadi generator untuk mengembangkan perekonomian daerah, merevitalisasi budaya lokal, serta melestarikan pasar tradisional. Membuka peluang usaha yang lebih besar sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan

kesejahteraan masyarakat. Pasar Banyuasri tidak hanya menjadi pasar pusat interaksi ekonomi, tapi bisa juga dijadikan sebagai obyek city tour dari kegiatan- kegiatan yang ada pada dunia pariwisata. Sebagai ikon Kabupaten Buleleng, Pasar Banyuasri juga menjadi salah satu pusat perniagaan di Bali Utara, menampung masyarakat, menjadi daya tarik wisatawan, dan banyak nilai-nilai lainnya sehingga akumulasinya bisa dipergunakan untuk misi sosial dalam kehidupan bermasyarakat, menguatkan ekonomi masyarakat, serta meningkatkan taraf hidup masyarakat Kabupaten Buleleng (Steda, 2021).

Sejumlah pedagang pasar tradisional di beberapa kota di Indonesia dinyatakan positif virus corona bahkan meninggal akibat mengidap Covid-19. Pemerintah daerah menutup pasar-pasar tersebut untuk mencegah meluasnya penyebaran virus corona. Namun kebijakan otoritas lokal itu dianggap memperburuk perekonomian masyarakat kelas bawah. Pasar tradisional disebut sebagai kluster kasus Covid-19, karena puluhan orang baik pedagang dan pembeli dinyatakan tertular virus corona. Pada saat yang sama di Buleleng, sebuah desa berpenduduk sekitar 11 ribu orang ditutup akibat pasar tradisional menjadi kluster kasus Covid-19. Gugus Tugas Covid-19 Kabupaten Buleleng menyebutkan 46 warga Desa Bondalem positif Covid-19, beberapa diantaranya pedagang pasar. Setelah pasar di Desa Bondalem menjadi kluster kasus Covid-19, semua penduduk termasuk pedagang pasar wajib tinggal di rumah (BBC, 2020).

Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) berbasis mikro khusus di Buleleng, masih belum diterapkan. Sekretaris Satuan Tugas (Satgas) Penanganan Covid-19, Gede Suyasa mengatakan saat ini yang punya kejadian konsisten ada di Desa Pegadungan, Kecamatan Sukasada. Di desa tersebut kini telah dilakukan pengawasan dan pengendalian aktivitas masyarakat secara ketat. Jika nanti ada perkembangan mengarah lebih dari 10 rumah, maka diberlakukan PPKM Mikro. PPKM Mikro sejatinya diterapkan pada wilayah kecil, yang

terjadi persebaran Covid-19 secara masif. Pemkab berhak memutuskan daerah mana yang dilakukan PPKM Mikro beserta skalanya, baik itu di desa, dusun, hingga RT. Buleleng sudah melakukan sebelumnya tapi dengan nama dan bentuk yang berbeda (PosBali, 2021). Meskipun para pedagang tetap berjualan ditengah anjuran pemerintah untuk PPKM secara Mikro, hal itu bukan berarti tidak terdapat celah permasalahan. Apabila tidak bekerja kebutuhan hidup tidak bisa tercukupi. Pendapatan mereka mengalami penurunan diakibatkan oleh sepi orang untuk beraktivitas keluar rumah. Pada masa pandemi Covid-19 masyarakat dituntut untuk mengurangi aktivitas diluar rumah, sehingga berpengaruh terhadap ekonomi para pedagang. Selain itu mereka tidak mendapatkan jaminan sosial dari pekerjaan mereka, apabila mereka sakit akan menjadi tanggungan sendiri bagi mereka. Saat ini dunia sedang dilanda krisis kesehatan akibat penularan Covid-19. Hal ini kemudian menjadi dasar mengapa para pedagang rentan di tengah wabah Covid-19 (Purbawati, dkk, 2020).

Para pelaku ekonomi di pasar mengalami kerugian pesat dengan adanya wabah Covid-19 ini. Covid-19 menimbulkan ekonomi shock yang mempengaruhi ekonomi secara perorangan, rumah tangga, perusahaan mikro, kecil, menengah, maupun besar, dan bahkan mempengaruhi ekonomi negara dengan skala cakupan dari lokal, nasional, dan juga global. Terdapat beberapa langkah yang menunjang tercapainya peningkatan taraf hidup dalam pengembangan perekonomian terutama masyarakat skala kecil, yakni meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pendidikan baik formal maupun non formal. Pendidikan non formal contohnya adalah pelatihan dan keterampilan, misalnya Sekolah Pasar yang bisa diberikan kepada para pedagang Pasar Banyuasri. Pendidikan ini akan memberikan wawasan terkait teknologi utamanya pada strategi pemasaran seperti penggunaan media sosial. Penelitian Cendana (2019) menemukan media sosial seperti Facebook, Instagram dan Twitter mampu memberikan kemudahan para pebisnis UMKM

dalam meraih pangsa pasarnya. Media sosial ini memberikan pedagang dan masyarakat memudahkan transaksi di era pandemic seperti saat ini. Penelitian Nurjanah (2018) menemukan Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Pasar Induk Kramatjati juga telah berhasil memberikan sebagian skill dalam memanfaatkan *gadget* yang ada untuk meningkatkan literasi digital, baik dalam bentuk instagram, facebook, twiiter sebagai media pemasaran produk. Pemasaran e-commerce merupakan langkah awal yang cukup bagus dilakukan untuk mengurangi dampak pandemic dalam UMKM.

Berdasarkan pra survey dilapangan menunjukkan bahwa Para pedagang di pasar tradisional Banyuasri tidak melek teknologi dan juga tidak menyelenggarakan kegiatan akuntansi dalam pengelolaan usahanya. Tingginya kegiatan usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha belum disertai dengan pemahaman faktor-faktor pendukung dalam melakukan kegiatan usaha seperti pembukuan sederhana, sehingga pelaku usaha hanya fokus pada keuntungan semata tanpa memperhatikan faktor-faktor pendukung usaha. Pembukuan masih dianggap remeh serta tidak adanya pemisahan antara harta pribadi dengan harta usahanya, sebagian besar pelaku usaha masih kurang memahami akuntansi dan pelaporan keuangan serta urgensi

penggunaanya. Salah satu masalah yang sering terabaikan oleh para pelaku usaha yaitu tentang pengelolaan keuangan, dampak dari diabaikannya pengelolaan keuangan mungkin tidak terlihat jelas, namun tanpa metode akuntansi yang efektif, kemungkinan besar pengelola tidak bisa memahami bisnisnya secara utuh (Machfuzhoh, dkk, 2020).

TARGET DAN LUARAN KEGIATAN

Peserta dalam kegiatan PKM ini adalah para pedagang pasar Banyuasri sebagai target program dengan tujuan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam perdagangan *digitalisasi* secara virtual melalui strategi *marketing online* atau *e-commerce* sebagai eksistensi dalam pengembangan usahanya, serta meningkatkan kemampuan penerapan sistem akuntansi dasar dalam penyusunan laporan keuangan, berbasis aplikasi UKM, sehingga dapat memperbaiki kualitas usaha yang sedang dijalankan secara berkesinambungan (*going concern*). Berdasarkan persoalan prioritas yang telah ditentukan, maka target luaran yang ingin dicapai dalam kegiatan ini dapat dilihat dalam Tabel 1 berikut ini:

| No | Target | Indikator Keberhasilan | Luaran |
|----|---|--|---|
| 1 | Meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam perdagangan <i>digitalisasi</i> secara virtual melalui <i>marketing online</i> atau <i>e-commerce</i> | Para pedagang memiliki keterampilan dalam strategi penjualan online dan pemanfaatannya dalam pengembangan usahanya | Pemahaman mengenai konten media sosial (<i>Face Book, Instagram, Twitter, Market Place</i>). |
| 2 | Meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam penerapan sistem akuntansi dasar dalam penyusunan Laporan Keuangan melalui aplikasi UKM | 1. Mampu membuat jurnal harian 2. Mampu membuat Laporan Keuangan yang meliputi: a. Laba- Rugi b. Laporan Perubahan Modal c. Neraca | 1. Penyusunan Laporan Keuangan secara mandiri oleh para pedagang 2. Meningkatnya animo pedagang untuk melakukan pencatatan keuangan secara memadai |

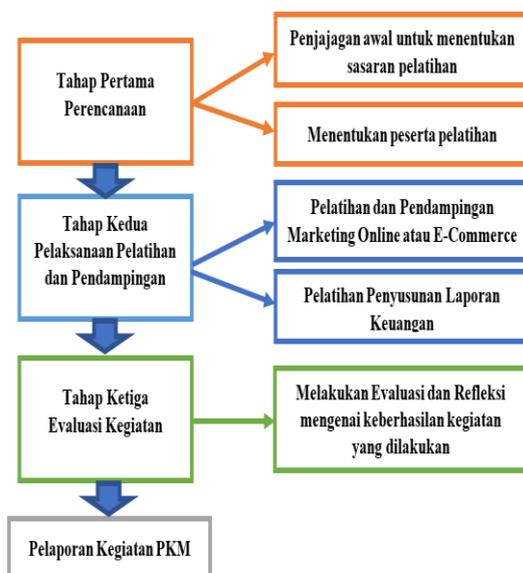
METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan adalah

kombinasi antara pendidikan masyarakat, dan simulasi iptek. Berdasarkan permasalahan mitra yang telah disebutkan di atas, maka

tahapan rencana kegiatan yang dilakukan adalah, pertama mengadakan pendekatan dengan para Pedagang Pasar Banyuasri Kecamatan Buleleng dalam hal ini adalah perwakilan dari para pedagang yang memiliki karakteristik jenis jual-beli yang sama dengan jumlah 20 orang. Kedua adalah pelaksanaan kegiatan pelatihan. Berdasarkan permasalahan yang telah dianalisis, maka pelatihan yang dirancang kali ini meliputi:

1. Pelatihan dan pendampingan mengenai strategi *marketing online* atau *E-Commerce*
2. Pelatihan dan pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana secara mandiri menggunakan aplikasi UKM
3. Tahap evaluasi dan refleksi mengenai keberhasilan kegiatan yang dilakukan. Hal ini ditempuh dengan cara menyebarkan kuesioner maupun tanya jawab secara langsung apakah kegiatan ini dapat diterapkan secara maksimal dan dapat memberikan keberuntungan bagi pedagang. Metode kegiatan dapat dilihat dalam Gambar berikut ini:



Gambar 1. Metode Kegiatan Simpulan adalah ringkasan dari hasil dan pembahasan. Simpulan disajikan dalam bentuk paragraf.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat tahun ini mengambil tema “*Sepasar Pedas* (Sekolah Pasar Pedagang Cerdas) Sebagai Kekuatan Ekonomi Pada Pedagang Pasar Banyuasri Di Masa Pandemi Covid19”. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 3-4 Juli 2021 bertempat di dalam gedung pasar Banyuasri. Peserta Sekolah Pasar sebanyak 20 orang yang merupakan perwakilan para pedagang Pasar Banyuasri. Nara sumber dari kegiatan ini terdiri dari 2 orang dosen prodi S1 akuntansi dan D3 Akuntansi, yaitu Bapak Made Denny Oktariyana, S.E., Ak., M.Si dan Ibu Putu Ria Astria, S.E. M.Acc.

Sebelum penyampaian materi, para peserta diberikan waktu untuk mengerjakan pretest. *Pretest* ini berisikan daftar pertanyaan mengenai beberapa materi yang akan diberikan, meliputi pengetahuan mengenai konten media sosial, *market place* dan aplikasi UKM. *Pretest* disusun dengan tipe soal objektif. Hasil *pretest* menunjukkan nilai rata-rata 47,2. Nilai rata-rata terendah terdapat dalam materi akuntansi dasar. Hal ini bisa dimaklumi, karena peserta PKM belum mengenal akuntansi. Kegiatan selanjutnya adalah pemaparan materi. Pemateri pertama dilakukan oleh Bapak Made Denny Oktariyana, SE., Ak., M.Si yang memberikan materi mengenai strategi *marketing online*. Marketing adalah salah satu kegiatan dalam memasarkan produk baik berupa barang/jasa dan menjaga hubungan yang baik dengan konsumen dalam jangka panjang. Manfaat dari penjualan online adalah: (1) penjualan online tidak terbatas jarak dan waktu, (2) menargetkan orang-orang yang tepat, (3) lebih hemat biaya pemasaran, (4) memiliki banyak jenis pemasaran yang bisa dijalankan, (5) memperluas jaringan pemasaran, (6) proses branding yang efektif, (7) membantu memperbaiki omzet. Revolusi teknologi yang perkembangannya cukup pesat, membuat dunia ini semakin kecil, membuat orang dengan mudah dan cepat untuk berkomunikasi dalam jarak yang jauh.

Strategi penjualan online untuk mensukseskan bisnis UKM adalah yang paling efektif adalah media sosial. Mayoritas masyarakat Indonesia pasti memiliki setidaknya satu akun media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan lain sebagainya. Bahkan tak jarang masyarakat modern memiliki lebih dari satu akun dalam satu *platform*. Mereka yang aktif di sosial media pun cenderung memiliki jiwa konsumtif yang besar sehingga mereka mudah tertarik dan penasaran sama iklan-iklan yang tiba-tiba muncul di beranda sosial media mereka. Pemaparan materi strategi marketing online, para peserta juga dilatih dalam pembuatan konten di media sosial seperti *Whatsapp*, *Facebook group*, *Instagram*, *Marketplace*, *Twitter*. Para peserta sangat antusias mengikuti pembuatan konten media sosial ini, karena pada dasarnya mereka tidak memahami secara detail cara mengoperasikan bisnis mereka pada konten media sosial tersebut. Sehingga melalui kegiatan ini mereka dapat lebih memahami dalam memasarkan bisnis mereka secara online.

Sesi terakhir adalah pemaparan materi mengenai sistem akuntansi sederhana dengan menggunakan aplikasi UKM yang disampaikan oleh Ibu Putu Ria Astria, S.E. M.Acc. Tujuan dari pemaparan materi ini adalah bahwa memulai bisnis tidak jauh dari pembukuan, baik bisnis berskala besar maupun kecil. Konsep pembukuan sederhana setidaknya harus dikuasai oleh para pelaku UKM untuk mengetahui perkembangan usahanya. Pada umumnya pembukuan sederhana meliputi catatan pengeluaran, pemasukan, jurnal, buku besar, neraca saldo, laba-rugi, perubahan modal, neraca, utang, piutang, laporan keuangan export CSV sehingga dapat dicetak melalui komputer. Hal ini tentunya diperlukan ketelitian dan waktu yang lebih tepat untuk memasukkan data-data tersebut. Perkembangan teknologi digitalisasi semakin memudahkan kinerja pembukuan para pelaku UKM. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah istilah yang mengacu pada jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000 tidak termasuk

tanah dan bangunan. Pemerintah Indonesia membina UKM melalui Dinas Koperasi dan UKM di masing-masing Provinsi atau Kabupaten/Kota. Namun kenyataannya UKM di Indonesia banyak menemui kendala, salah satunya yang sangat sensitif yaitu pengelolaan keluar masuknya uang, untuk keperluan pribadi tanpa perhitungan yang jelas, maka cepat atau lambat usahanya akan bangkrut. Kebanyakan usaha kecil atau menengah tidak pernah bertahan sampai lima tahun. Penyebabnya adalah:

- (1) Pelaku UKM tidak mengetahui berapa sebenarnya keuntungan bersih bisnisnya,
- (2) Pelaku UKM tidak memisahkan uang pribadi dan uang perusahaan.

Dari kendala keuangan yang terjadi pada pelaku UKM dan minimnya pengetahuan akan keuangan, maka melalui kegiatan pengabdian ini membantu para pedagang untuk memahami dan melaksanakan sistem akuntansi sederhana melalui aplikasi akuntansi UKM. Aplikasi akuntansi UKM gratis berbasis android berbahasa Indonesia disertai dengan petunjuk penggunaannya. Aplikasi Akuntansi UKM bisa di download di *Google Playstore*. Seluruh penggunaan fitur dalam aplikasi ini dilatihkan kepada peserta pelatihan. Mulai dari penginstalan aplikasi dalam HP, dilanjutkan dengan analisis transaksi melalui soal latihan kasus, memasukkan dalam entry jurnal, dan menampilkannya dalam laporan laba rugi maupun laporan posisi keuangan (neraca). Beberapa foto dokumentasi kegiatan pelatihan dapat dilihat dalam Gambar berikut ini:



Gambar 2: Pemberian materi Strategi Marketing Online

70% peserta menyatakan respon yang positif terhadap efektivitas kegiatan yang dilakukan. Namun demikian, terdapat beberapa hal yang perlu disempurnakan terkait pelatihan ini antara lain ketersediaan WiFi dan waktu yang cukup untuk memberikan pemahaman tentang akuntansi. Disamping itu pendampingan mutlak diberikan, karena ilustrasi kasus yang diberikan pada saat pelatihan mungkin tidak sesuai dengan jenis usaha pada masing-masing UMK.

SIMPULAN

Pandemi Covid-19 telah memaksa seluruh aktifitas pertemuan tatap muka berkurang drastis. Digitalisasi menjadi sebuah keniscayaan, begitu pula terhadap para pedagang pasar tradisional, mulai menggalakkan strategi jangka panjang membina para pedagang pasar agar melek teknologi. Teknologi informasi berupa media sosial dapat menjadi media untuk membuat bisnis baru dengan cara berjualan online dengan memanfaatkan konten media sosial. Mayoritas pelaku usaha di dalam Pasar Banyuasri merupakan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Usaha Mikro Kecil dan Menengah berperan penting bagi pertumbuhan perekonomian negara. Kedudukan UMKM sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi muncul di berbagai sektor. UMKM dapat menyerap tenaga kerja dengan jumlah yang besar dan mendorong untuk bersaing dengan perusahaan besar. Jumlah pedagang sangat banyak, bervariasi dari pedagang kecil, eceran hingga grosir. Dari segi penjualannya pun beragam, ada buah-buahan, sayur-sayuran, aneka camilan, sembako, pakaian, perabot rumah tangga, dan masih banyak jenis lainnya. Namun kenyataannya UKM di Indonesia banyak menemui kendala, salah satunya yang sangat sensitif yaitu pengelolaan keluar masuknya uang, untuk keperluan pribadi tanpa perhitungan yang jelas, maka cepat atau lambat usahanya akan bangkrut. Kebanyakan usaha kecil atau menengah tidak pernah bertahan sampai lima tahun. Penyebabnya adalah: (1)

pelaku UKM tidak mengetahui berapa sebenarnya keuntungan bersih bisnisnya, (2) pelaku UKM tidak memisahkan uang pribadi dan uang perusahaan. Dari kendala keuangan yang terjadi pada pelaku UKM dan minimnya pengetahuan akan keuangan, maka melalui kegiatan PKM yang digagas ini dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan perdagangan digitalisasi secara virtual melalui strategi penjualan online, serta pemahaman dalam penyusunan laporan keuangan secara sederhana dengan menggunakan aplikasi UKM berbasis android secara gratis dengan fitur berbahasa Indonesia serta disertai dengan petunjuk penggunaannya, sehingga diharapkan pelaku UMK terbantu dalam membuat pencatatan dan pelaporan keuangan yang memadai.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan PKM yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan yaitu: (1) pengetahuan dan pemahaman peserta para pedagang di Pasar Banyuasri belum mumpuni terkait dengan pencatatan akuntansi secara sederhana serta bagaimana perkembangan bisnis mereka, (2) pelaksanaan kegiatan PKM berlangsung sesuai dengan yang direncanakan. Antusias peserta dalam kegiatan yang dilakukan dapat diamati melalui proses diskusi dan keseriusan peserta untuk mengikuti pelatihan ini. Pada dasarnya pelaku usaha harus mau terus belajar dan meng-update pengetahuan dan keterampilannya di bidang teknologi. Hal ini dilakukan agar usaha yang digeluti mampu bersaing di era globalisasi dewasa ini.

Untuk penelitian berikutnya diharapkan agar kegiatan penggunaan e-commerce tidak hanya dilihat tentang bagaimana sistematisa penggunaannya tetapi bisa juga di lihat dari segi seni pemasaran seperti pelatihan membuat brosur online / pamflet online sehingga adanya ketertarikan masyarakat untuk membeli produk yang di jual.

DAFTAR RUJUKAN

- Aliyah, I., Daryanto, T. J. and Rahayu, M. (2007). "Peran Pasar Tradisional Dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Kota Surakarta", *GEMA TEKNIK Majalah Ilmiah Teknik*, 10(2), pp. 111-118–118.
- Asikin, N. (2021). "Dampak Pandemi Covid, Pedagang Pasar Tradisional Harus Melek Teknologi". *jawapos*.
- BBC (2020) "Virus corona: Kasus positif Covid-19 ditemukan di pasar tradisional berbagai kota, tapi Kemendag harap pasar tetap dibuka", *BBC News Indonesia*. Available at: <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-52534928>.
- Cendana, M. (2019) "Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Strategi Promosi Bagi Keberlangsungan Bisnis Umkm", *Journal Community Development and Society*, 1(1), pp. 1–10. doi: 10.25139/cds.v1i1.1649.
- Machfuzhoh, A., Lutfi. and Widyaningsih, I. U. (2020). "Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi Umkm Menuju Umkm Naik Kelas Di Kecamatan Grogol". *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (JANAYU)*, 1(2), pp. 109–116. doi: 10.22219/janayu.v1i2.12143.
- Mukuroh, Nikmatul (2019). "Peran pasar tradisional dalam peningkatan perekonomian masyarakat menurut perspektif ekonomi islam (Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat Kota Metro)". *Thesis. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO*. Available at: [https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/128/1/Skripsi 016.FEBI.2019.pdf](https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/128/1/Skripsi%2016.FEBI.2019.pdf).
- Nurjanah, Siti. (2018). "Sosialisasi Market School Untuk Meningkatkan Literasi Teknologi Di Era Industri 4 . 0 Pada Umkm Indonesia".
- Oktavia, H. (2020). "Belanja Online, Solusi Pedagang Pasar Tradisional di Masa Pandemi Covid-19", *rri.co.id*. Available at: <https://rri.co.id/malang/ekonomi-perbankan/895159/belanja-online-solusi-pedagang-pasar-tradisional-di-masa-pandemi-covid-19>.
- PosBali, Admin. (2021) 'Bupati Buleleng Terapkan PPKM Mikro'. *POSBALI.co.id*. Available at: <https://posbali.co.id/kabupaten-buleleng-belum-terapkan-ppkm-mikro/>.
- Purbawati, C., Hidayah, L. N. and Markhamah, M. (2020). "Dampak Social Distancing Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Pasar Tradisional Kartasura Pada Era Pandemi Korona". *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hummanioramania*, 4(2), p. 156. doi: 10.31604/jim.v4i2.2020.156-164.
- Renolafitri, H. (2020). "Desa E-Commerce Taobao sebagai Kekuatan Ekonomi Tiongkok dalam Mentransformasikan Perekonomian dan Kesenjangan Sosial di Pedesaan". *Insignia: Journal of International Relations*, 7(1), p. 45. doi: 10.20884/1.ins.2020.7.1.2234.
- Siaila, S. (2010). "Pengaruh Perubahan Teknologi Terhadap Transformasi Ekonomi Dan Transformasi Sosial". *Soso-Q*, 2(2), pp. 102–120.
- Steda, Admin. (2021). "Bupati Buleleng Serap Langsung Aspirasi Untuk Pasar Banyuasri", *Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Buleleng*. Available at: https://setda.bulelengkab.go.id/informasi/detail/berita_instansi/24-bupati-buleleng-serap-langsung-aspirasi-untuk-pasar-banyuasri.
- Wulandari, D. (2020). "Belanja Online, Solusi Pedagang Pasar Tradisional Di Masa Pandemi Covid-19". *ekonomi.bisnis.com*. Available at: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200729/12/1272678/omset-pedagang-pasar-tradisional-anjlok-40-persen-saat-pandemi-covid-19>.

Yuneline, M. H. and Suryana, U. (2016).
"Penerapan E-Commerce Pada Pedagang
Pasar Dadakan di Lanud Sulaeman".
Jurnal Dharma Bhakti STIE Ekuitas,
01(01), pp. 6–12.