



Pendampingan Bazar di Pasar Talang Padang untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM di Talang Padang Kabupaten Tanggamus

Bazaar Assistance at Talang Padang Market to Increase the Income of MSMEs in Talang Padang, Tanggamus Regency

Muhammad Mufti Hudani^{1*}, Resha Moniyana Putri², Arivina Ratih Yulihar Taher³, Rizka malia⁴, Mega Mariska⁵, Nindya Eka Sobita⁷, Vitriyani Tri Purwaningsih⁸

¹⁻⁸ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung, Indonesia

mufthudani@feb.unila.ac.id^{1*}, Resha.moniyan@feb.unila.ac.id², arivina.ratih@feb.unila.ac.id³, zulfa.emalia@feb.unila.ac.id⁴, rizka.malia@feb.unila.ac.id⁵, mega.mariska@feb.unila.ac.id⁶, nindya.eka@feb.unila.ac.id⁷, vitriyani.tri@feb.unila.ac.id⁸

Alamat Kampus: Jalur dua Univeristas Lampung, Jalan Prof. Dr Jl. Prof. Dr. Ir. Sumantri Brojonegoro No.1, Kota Bandar Lampung, Lampung 35141

Korespondensi penulis: mufthudani@feb.unila.ac.id

Article History:

Received: November 03, 2024;

Revised: November 17, 2024;

Accepted: Desember 01, 2024;

Published: Desember 04, 2024;

Abstract: Modern markets have an impact on changes in profit levels in traditional markets in an area, although they do not have an impact on changes in turnover and the number of people working in traditional markets. The Service Team took the initiative to create a bazaar activity for MSMEs in Talang Padang, Tanggamus Regency with a strategy of providing free bazaar stands for 7 bazaar days. It is hoped that this activity can revive the market which was sluggish after the renovation and can provide space for micro, small and medium businesses to promote their superior products directly to the public.

Abstrak

Pasar modern memberikan dampak perubahan tingkat keuntungan pada pasar tradisional di suatu daerah, meskipun tidak memberikan dampak perubahan terhadap omset dan jumlah orang yang bekerja di pasar tradisional. Tim Pengabdian berinisiatif untuk membuat kegiatan Bazar bagi UMKM di Talang Padang Kabupaten Tanggamus dengan strategi pemberian stand bazar gratis selama 7 hari bazar. Harapan dari kegiatan ini dapat menghidupkan kembali pasar yang sempat lesu setelah renovasi serta dapat memberikan ruang bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah untuk mempromosikan produk-produk unggulannya secara langsung kepada masyarakat.

Kata Kunci: UMKM, Pasar Tradisional, Bazar

1. PENDAHULUAN

Pasar tradisional identik dengan kesederhanaan yang memiliki peran yang cukup penting dalam menopang kehidupan di masyarakat suatu daerah, di pasar tempat bertemuanya produsen dan konsumen untuk bertransaksi berbagai produk, selain itu pasar memiliki peran penting dalam menopang kehidupan masyarakat, mempromosikan produk lokal, dan berkontribusi pada perekonomian daerah. (Rajab, 2020). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu kunci utama. UMKM tidak hanya berperan sebagai motor penggerak perekonomian, namun juga sebagai penyumbang lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun, UMKM di daerah-daerah, khususnya di kawasan pedesaan seperti Talang Padang, Kabupaten Tanggamus, seringkali menghadapi

berbagai tantangan, mulai dari keterbatasan akses pasar, minimnya pengetahuan manajemen bisnis, hingga kurangnya inovasi produk.

Perkembangan zaman modern dengan segala kemudahan dan fasilitasnya telah membawa perubahan signifikan pada pola konsumsi masyarakat. Munculnya pusat perbelanjaan modern dengan konsep one-stop shopping yang menawarkan kenyamanan dan beragam pilihan produk telah menjadi magnet bagi konsumen. Hal ini secara tidak langsung memberikan tekanan besar pada pasar tradisional yang umumnya memiliki keterbatasan dalam hal fasilitas, tampilan, dan variasi produk. Selain itu, pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga turut mendorong pertumbuhan e-commerce. Kemudahan berbelanja secara online dengan beragam promo dan penawaran menarik membuat semakin banyak konsumen beralih dari pasar tradisional ke platform digital. Akibatnya, pasar tradisional semakin ditinggalkan dan mengalami penurunan omzet yang signifikan. Padahal, pasar tradisional memiliki peran penting dalam perekonomian lokal, melestarikan budaya, serta menjadi tempat interaksi sosial masyarakat. Tantangan yang dihadapi pasar tradisional saat ini adalah bagaimana mereka dapat beradaptasi dengan perubahan zaman dan tetap relevan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Pasar modern memberikan dampak perubahan tingkat keuntungan pada pasar tradisional di suatu daerah, meskipun tidak memberikan dampak perubahan terhadap omset dan jumlah orang yang bekerja di pasar tradisional. (Endi Sarwoko, 2006). Sehingga, Persaingan ketat dengan pasar modern mendorong pedagang tradisional untuk bersaing dengan cara menurunkan harga jual produk mereka agar tetap menarik minat konsumen. Meskipun banyak pelanggan rumah tangga yang beralih ke pasar modern, pendapatan utama pasar tradisional justru berasal dari transaksi dalam jumlah besar yang dilakukan oleh toko, warung, dan pedagang keliling. (Pramudiana, 2017).

Pasar Talang Padang berlokasi di pusat Kecamatan Talang Padang, dengan luas area sekitar 35.902 meter persegi, menjadi tempat berdagang bagi ratusan pedagang. Berdasarkan kajian citra satelit dan data lapangan, pasar ini dipilih oleh Kementerian Perdagangan sebagai salah satu objek revitalisasi. Dengan aksesibilitas yang tinggi dan potensi ekonomi yang besar, diharapkan pasar ini dapat menjadi tulang punggung perekonomian di Kabupaten Tanggamus. Pasar tradisional, seperti Pasar Talang Padang, memiliki potensi besar sebagai sarana promosi dan penjualan produk UMKM. Namun, pemanfaatan pasar tradisional ini belum optimal. Banyak UMKM yang belum mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Salah satu upaya untuk meningkatkan pendapatan UMKM adalah melalui pendampingan dalam pengelolaan bazar. Bazar tidak hanya sebagai tempat berjualan, tetapi juga sebagai ajang

promosi, interaksi dengan konsumen, dan pengembangan jaringan bisnis.

Berdasarkan data dari survei lapangan, ditemukan adanya selisih signifikan antara jumlah kios yang tersedia dengan jumlah kios yang terisi di Pasar Talang Padang pasca revitalisasi. Hanya sekitar 26% dari pedagang sebelumnya yang memutuskan untuk kembali berdagang di lokasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa revitalisasi belum berhasil menarik kembali sebagian besar pedagang lama. Data menunjukkan bahwa terjadi penurunan signifikan jumlah pedagang di Pasar Talang Padang setelah revitalisasi. Dari sekitar 180 pedagang sebelum revitalisasi, hanya sekitar 48% yang memutuskan untuk kembali berjualan. Hal ini mengindikasikan bahwa lebih dari setengah pedagang lama memilih untuk beralih ke lokasi lain atau berhenti berdagang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pengabdian ini mencoba untuk meningkatkan volume penjualan produk UMKM di Pasar Talang Padang dengan melakukan bazar di area pasar Talang Padang. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada UMKM tentang digital marketing, perizinan (hukum/legalitas), tampilan lapak, analisis keuangan, dan kelayakan bisnis UMKM.

2. METODE

Metode yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat di lingkungan pasar Talang Padang. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini menggunakan metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA), metode ini melibatkan masyarakat dalam proses perencanaan dan pelaksanaan programnya (Suharyani dan Tamba, 2020). metode pelaksanaan yang digunakan meliputi beberapa tahapan, seperti yang tertuang pada Gambar 1:



Gambar 1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

- Pengamatan kondisi keadaan pasar yang tersedia di Talang Padang, tim pengabdian melakukan pengamatan bagaimana perkembangan dari pasar tradisional milik UMKM yang ada di pasar Talang Padang melalui survei lokasi pasar dan juga wawancara dengan pemilik UMKM yang beraktifitas di pasar Talang Padang.
- Koordinasi, Pada tahap ini tim pengabdian melakukan koordinasi dengan UMKM di pasar Talang Padang, masyarakat setempat, dan stakeholder pasar Talang Padang

- mengenai rencana kegiatan bazar yang akan dilakukan.
- c. Melakukan kegiatan Bazar selama 7 hari berturut-turut di pasar Talang Padang dengan turut mengundang UMKM baru untuk turut menghadirkan produk inovasi baru, agar tersedianya variasi produk yang diperjual belikan di pasar Talang Padang.
 - d. Evaluasi Kegiatan dilakukan dengan mengukur ketercapaian tujuan pelatihan dengan mengukur tingkat volume penjualan produk UMKM di pasar Talang Padang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun kegiatan yang telah dilakukan sebagai upaya pengabdian ini antara lain adalah sebagai berikut:

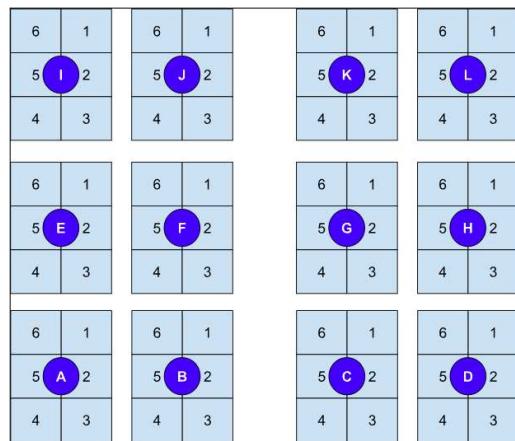
- a. Pengamatan Kondisi Pasar dan Koordinasi

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan pengamatan awal untuk melihat kondisi keadaan lokasi pasar tempat pelaksanaan bazar UMKM, pasar ini berlokasi di Jl. Kota Agung - Balimbing, Sukarame, Kec. Talang Padang, Kabupaten Tanggamus, Lampung. Survey awal ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi secara mendetail mengenai kondisi pasar dan kebutuhan para pemangku kepentingan. Dinas pasar dan para pelaku UMKM sekitar turut memberikan masukan terkait kondisi usaha mikro, kecil, dan menengah yang sedang beraktivitas di pasar Talang Padang.

Hasil dari pengamatan awal ini bertujuan untuk melihat permasalahan yang ada dan perlu ditangani segera. Beberapa permasalahan yang teridentifikasi diantaranya jumlah pengunjung pasar yang semakin menurun setelah dilakukannya renovasi pada pasar induk pasar Talang Padang. Berdasarkan hasil pengamatan tersebut semua pihak terkait setuju untuk melaksanakan kegiatan Bazar di Pasar Talang Padang sebagai upaya untuk menjadi daya tarik UMKM baru kembali meramaikan pasar Talang Padang, sehingga harapannya dapat meningkatkan volume penjualan UMKM di Pasar talang Padang.

- b. Pelaksanaan Bazar dan Evaluasi

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini berlangsung pada 5 Oktober 2024 - 12 Oktober 2024, kegiatan Bazar dilaksanakan di pasar induk Talang Padang yang berlokasi di Jl. Kota Agung - Balimbing, Sukarame, Kec. Talang Padang, Kabupaten Tanggamus, Lampung. Kegiatan Bazar ini melibatkan 44 UMKM baru ikut serta aktif dalam meramaikan kegiatan Bazar di pasar Talang Padang. Penempatan lokasi stand UMKM dibagi berdasarkan denah lokasi yang sudah permanen tersedia di pasar, dengan gambaran sebagai berikut:

**Gambar 2.** Site Plan Lokasi Bazar

Pada tahap ini, pembagian Stand bazar diberikan secara gratis kepada pelaku UMKM untuk kegiatan Bazar (Gambar 2). Hal ini dilakukan bertujuan untuk memudahkan para pedagang UMKM untuk mendapatkan tempat untuk mereka memasarkan produk secara gratis, selain itu juga menjadi keuntungan yang kami tawarkan kepada umkm agar mau berjualan kembali ke pasar Talang Padang. Stand kegiatan bazar ini dilakukan didalam pasar induk, sehingga pembeli yang ingin berkunjung ke bazar akan melewati pasar pinggir dahulu yang juga menjadi upaya untuk menjualkan produk pasar utama.

Output dari kegiatan bazar ini Kegiatan bazar UMKM di Pasar Talang diselenggarakan dengan tujuan utama untuk mendorong pertumbuhan dan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di wilayah tersebut. Melalui bazar ini, diharapkan dapat tercipta ekosistem yang kondusif bagi pelaku UMKM untuk mempromosikan produk-produk unggulannya, memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan pendapatan (Gambar 3).

**Gambar 3.** Kegiatan Bazar

4. KESIMPULAN

Kegiatan bazar UMKM di Pasar Talang Padang telah berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu menghidupkan kembali pasar yang sempat lesu setelah renovasi. Dengan melibatkan 44 UMKM baru dan menyediakan stand gratis, kegiatan ini telah memberikan ruang bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah untuk mempromosikan produk-produk unggulannya secara langsung kepada masyarakat. Selain itu, bazar juga telah berhasil menarik minat pengunjung yang lebih banyak, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan para UMKM. Melalui bazar ini, telah tercipta ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan dan pengembangan UMKM di wilayah tersebut. Para pelaku UMKM tidak hanya mendapatkan kesempatan untuk memasarkan produknya, tetapi juga dapat berinteraksi dengan konsumen secara langsung, sehingga memperoleh masukan yang berharga untuk meningkatkan kualitas produknya di masa mendatang. Selain itu, kegiatan bazar ini juga telah memperkuat jaringan kerja sama antara para pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan berbagai pihak terkait lainnya.

Keberhasilan bazar UMKM di Pasar Talang Padang ini membuktikan bahwa kegiatan seperti ini sangat efektif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu terus dilakukan secara berkelanjutan untuk mendukung perkembangan UMKM di wilayah tersebut. Pemerintah daerah diharapkan dapat memberikan dukungan yang lebih besar lagi kepada UMKM, baik dalam bentuk fasilitasi permodalan, pelatihan, maupun pembinaan. Dengan demikian, UMKM di Pasar Talang Padang dapat terus berkembang dan berkontribusi pada peningkatan perekonomian daerah.

Pengakuan/Acknowledgements

Kami mengucapkan terima kasih kepada PT Lingga dan pemerintah Desa Talang padang yang telah memfasilitasi pengabdian kegiatan Bazar di Pasar Talang Padang.

DAFTAR REFERENSI

- Abdul Rajab, 2020. Kontribusi Retribusi Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Mamuju, Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan, Volume 1, No. 2 1-8.
- Endi Sarwoko, 2008. Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang, Jurnal Ekonomi MODERNISASI, Volume 4, No. 2 97-115.
- Pramudiana, I. D. (2017). Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern. Asketik, 1(1), 35–43. <https://doi.org/10.30762/ask.v1i1.409>

Suharyani, & Wayan, T. (2020). Penerapan Model Participatory Rural Appraisal (Pra) Dalam Mewujudkan Program “Membangun Desa” Dan “Desa Membangun.” Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Non Formal-Informal