

PENDAMPINGAN MANAJEMEN PENGELOLAAN PASAR SEKOJO DENGAN MEMBANGUN MARKET MANAGEMENT ONE GATE SYSTEM (MMOGS)

Terttiaavini¹⁾, Tedy Setiawan Saputra²⁾

¹⁾Jurusan Sistem informasi, Universitas Indo Global Mandiri, Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

²⁾Jurusan Manajemen, STIE APRIN, Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

Corresponding author : Terttiaavini

E-mail : avini.saputra@uigm.ac.id

Diterima 12 Oktober 2023, Direvisi 09 November 2023, Disetujui 13 November 2023

ABSTRAK

Keberhasilan pasar tradisional sangat bergantung pada sistem pengelolaan pasar. Sejak pandemi COVID-19 pada tahun 2020, terjadi penurunan omset penjualan di Pasar Sekojo. Oleh karena itu, inovasi manajemen pasar perlu dilakukan untuk membantu mendefinisikan kebutuhan pedagang, pembeli, dan pengurus pasar yang lebih baik. Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah menerapkan Market Management One Gate System (MMOGS) untuk meningkatkan omset penjualan. Konsep MMOGS bertujuan membangun sistem manajemen pasar yang berfokus pada penguatan kolaborasi bisnis bersama dengan tujuan memberikan keuntungan finansial bagi pedagang, pembeli, dan pengelola pasar. Kegiatan yang dilakukan meliputi sosialisasi model MMOGS kepada pedagang di Pasar Sekojo serta pelatihan bagi anggota UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya untuk menerapkan model MMOGS ini. Hasil dari kegiatan PKM ini mencakup peningkatan omset penjualan sebesar 20%, nilai kepuasan pembeli mencapai 73%, kenaikan pendapatan pedagang hingga 30% dalam 6 bulan pertama, dan terciptanya lapangan kerja bagi pedagang.

Kata Kunci : pasar tradisional; manajemen pengelolaan pasar; *market management one gate system* (mmogs)

ABSTRACT

The success of traditional markets depends heavily on the market management system. Since the COVID-19 pandemic in 2020, there has been a decline in sales turnover at Pasar Sekojo. Therefore, market management innovations need to be carried out to help better define the needs of traders, buyers, and market administrators. The purpose of this PKM activity is to implement the Market Management One Gate System (MMOGS) to increase sales turnover. The MMOGS concept aims to build a market management system that focuses on strengthening joint business collaboration with the aim of providing financial benefits for traders, buyers, and market managers. The activities carried out include socializing the MMOGS model to traders in Sekojo Market and training for members of the Sriwijaya Kodam II Partner MSMEs to implement this MMOGS model. The results of this PKM activity include an increase in sales turnover by 20%, buyer satisfaction scores reaching 73%, an increase in trader income of up to 30% in the first 6 months, and the creation of jobs for traders.

Keywords: market management; market management one gate system; traditional market

PENDAHULUAN

Pasar merupakan tempat penjual dan pembeli barang berinteraksi untuk menentukan kesepakatan harga jual beli barang (Yudoyono, 2007), Pasar dapat berupa pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta (Sudrajat et al., 2018). Pasar tradisional dikelola dengan manajemen yang lebih sederhana dan lebih simpel dari pada pasar modern (Rahayu & Bahri, 2014). Berdasarkan Undang Undang No.7 tahun 2014, istilah pasar tradisional berubah menjadi pasar rakyat, yang memiliki

fungsi untuk Pasar bukan hanya menjadi pusat aktivitas ekonomi lokal, tetapi juga menjadi elemen penting dalam kontribusi terhadap perekonomian daerah. Pasar yang berkembang dengan baik dapat meningkatkan kesempatan kerja bagi penduduk setempat, terutama bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Selain itu, pasar berperan sebagai referensi harga bahan pokok yang mendasari penghitungan tingkat inflasi dan indikator kestabilan harga di daerah. Hal ini berdampak pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pajak dan retribusi dari aktivitas pasar. Lebih dari sekadar tempat jual beli, pasar

juga menjadi salah satu sarana keberlanjutan budaya setempat, mempertahankan tradisi dan nilai-nilai lokal. Pasar juga merupakan hulu sekaligus muara dari perekonomian informal yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, menciptakan lingkaran ekonomi yang berkelanjutan (Widodo, 2014).

Pasar tradisional, sebagai milik individu, memiliki peran sangat signifikan dalam dinamika perekonomian (Sugiyanto, 2009). Menurut Peraturan Walikota Palembang No 11 tahun 2013, disebutkan bahwa Pasar tradisional swasta merupakan lokasi atau bangunan yang disediakan oleh pihak swasta dengan fasilitas sesuai hukum untuk kegiatan jual beli yang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Putra, 2013).

Pasar Sekojo, yang terletak di Kelurahan Sekojo Kecamatan Kalidoni Kota Palembang adalah sebuah pasar tradisional yang berdiri sejak tahun 1990. Pasar ini menyediakan berbagai jenis barang dagangan, seperti sembako, sayur-sayuran, hewan potong, dan berbagai kebutuhan rumah tangga lainnya. Awalnya, Pasar Sekojo didirikan oleh sekelompok pedagang kaki lima yang berjualan di pinggir jalan Urip Sumoharjo.

Lokasi Pasar Sekojo yang strategis, berada di perlintasan empat arah jalan, menjadikannya semakin ramai dari hari ke hari. Hal ini akhirnya mengubah daerah perdagangan tersebut menjadi suatu lahan yang lebih formal. Pedagang-pedagang di Pasar Sekojo memanfaatkan lahan kosong di sebelah jalan untuk berjualan, dan seiring waktu, lahan kosong ini bertransformasi menjadi sebuah pasar kecil yang berkembang pesat.

Lahan yang digunakan oleh pasar sekojo merupakan aset milik Kodam II Sriwijaya. Meskipun belum ada penunjukan langsung dari pimpinan Angkatan Darat untuk mengelola pasar ini, keamanan di Pasar Sekojo sebelumnya dikelola oleh sekelompok individu yang berasal dari lingkungan sekitar, yang kemudian dikenal sebagai preman kampung.

Sejak tahun 2021, pengelolaan Pasar Sekojo telah diambil alih oleh UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya. Namun, selama ini, manajemen pengelolaan pasar hanya terbatas pada kegiatan kebersihan, keamanan, sehingga pengelolannya belum berjalan secara maksimal. Beberapa masalah seperti pasokan air bersih, listrik, dan jalan yang masih berupa tanah, menjadi persoalan yang belum terselesaikan.

Sejak pandemi COVID-19 pada tahun 2020, terjadi penurunan signifikan dalam omset penjualan di Pasar Sekojo. Penerapan social

distancing dan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) sangat mempengaruhi aktivitas perdagangan (Hertati, 2021) (Terttiaavini & Saputra, 2020). Oleh karena itu, sangat diperlukan revitalisasi infrastruktur dan peningkatan manajemen yang efektif untuk meningkatkan daya tarik pasar, memberikan kenyamanan kepada pengunjung, serta menjaga agar harga barang tetap bersaing.

Dalam upaya untuk membantu meningkatkan omset penjualan pedagang, tim PKM mengusulkan pendampingan penerapan Manajemen Pengelolaan Pasar yang lebih inovatif, dikenal sebagai *Market Management One Gate System* disingkat (MMOGS) (Terttiaavini et al., 2022). Konsep MMOGS bertujuan untuk membangun sistem manajemen pasar yang berfokus pada penguatan kolaborasi bisnis bersama, dengan tujuan memberikan keuntungan finansial bagi pedagang, pembeli, dan pengelola pasar.

Penerapan konsep MMOGS ini akan membawa perubahan positif dalam meningkatkan daya tarik serta kinerja pasar Sekojo. Dengan adanya kolaborasi yang lebih erat antara pedagang, pembeli, dan pengelola pasar, diharapkan pasar ini akan menjadi lebih efisien, nyaman, dan kompetitif. Selain itu, diharapkan bahwa MMOGS dapat menjadi contoh yang sukses dan berkelanjutan untuk pengelolaan pasar tradisional lainnya, sehingga dapat memberikan dampak positif yang lebih luas pada perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat.

METODE

Pelaksanaan kegiatan dimulai sejak tahun 2022. Beberapa kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

Analisa situasi dan kondisi

Pasar tradisional merupakan salah satu basis perekonomian rakyat. Keberadaan pasar tradisional sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Pasar tradisional merupakan salah satu pilar ekonomi masyarakat. Keberadaan pasar tradisional sangat penting bagi masyarakat, terutama mereka yang berada dalam kategori ekonomi menengah ke bawah. Alasan utama masyarakat memilih berbelanja di pasar tradisional adalah karena harga barangnya lebih terjangkau dibandingkan dengan pasar modern. Meskipun demikian, ada beberapa faktor yang membuat sebagian masyarakat enggan berbelanja di pasar tradisional, termasuk masalah stok dan ketersediaan barang yang terbatas, kondisi tempat yang seringkali tidak terawat dan kurang teratur, serta kurangnya fasilitas umum seperti toilet dan tempat ibadah (Ginting & Saputra, 2015).

Kemajuan pasar tradisional sangat bergantung pada sistem pengelolaan pasar. Pasar tradisional dapat mempertahankan daya tariknya, seperti yang dimiliki oleh pasar modern, selama mampu menjaga ciri utamanya, yaitu menawarkan harga yang lebih terjangkau, dengan demikian pasar tradisional akan menjadi pendorong utama dalam perekonomian masyarakat kecil dan tetap mempertahankan daya saingnya terhadap pasar modern, seperti yang terjadi saat ini.

Pasar tradisional sekojo terletak di atas tanah milik Kodam II Sriwijaya dengan luas \pm 3000 m², berdekatan dengan perumahan dan kantor dinas militer (Ajendam II Sriwijaya). Pengurus UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya merupakan anggota dari organisasi Himpunan putra putri angkatan darat (Hipakat). Hipakat mendapat mandat dari kodam II sriwijaya untuk mengelolah asset yang dimiliki Kodam II sriwijaya. Hipakat kemudian membentuk organisasi baru dengan nama UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya dengan tugas khusus mengelolah pasar sekojo.

Pada tahun 2022, Asisten Logistik Kasdam II Sriwijaya mengeluarkan Surat Keputusan (SK) penugasan yang memberikan kuasa penuh kepada UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya untuk mengelola Pasar Sekojo secara profesional. Dalam rangka melaksanakan mandat tersebut, UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya telah melakukan pengembangan dalam pengelolaan Pasar Sekojo. Tahap pertama difokuskan pada pengembangan infrastruktur serta fasilitas umum pendukung lainnya, seperti pembangunan mushola dan toilet umum. Meskipun demikian, pengembangan dari aspek manajemen pasar belum dapat diwujudkan karena adanya kendala terkait dengan keterbatasan tenaga kerja dan pengetahuan yang tersedia.

Oleh karena itu, UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya sangat memerlukan pendampingan dari pihak akademisi yang dapat memberikan masukan dan bimbingan untuk meningkatkan manajemen pasar secara lebih baik. Di sinilah peran tim PKM menjadi sangat penting. Tim PKM diharapkan dapat memberikan bantuan dalam pengembangan manajemen pasar yang lebih baik. Tim PKM dapat memberikan masukan, pengetahuan, serta bimbingan yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan pasar sekojo. Tim PKM juga dapat membantu dalam mengidentifikasi potensi perbaikan dan solusi inovatif yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dalam mengelola pasar Sekojo. Dengan kolaborasi antara UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya dan tim PKM, diharapkan pasar ini akan menjadi lebih efisien, berdaya saing, dan

memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat sekitar.

Persiapan kegiatan PKM

Pada tahap persiapan kegiatan PKM, tim PKM bekerja sama dengan UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya dengan anggota yang berjumlah 8 orang untuk mengembangkan strategi manajemen pasar yang lebih efektif. Proses ini dimulai dengan evaluasi menyeluruh terhadap kondisi pasar, termasuk analisis mendalam mengenai kebutuhan pedagang, pembeli, dan pengelola pasar. Tim PKM berkolaborasi dengan semua pihak terkait untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada dan mencari solusi yang tepat. Selanjutnya, tim PKM akan menyusun rencana pengembangan manajemen pasar yang komprehensif, mencakup aspek-aspek seperti pengelolaan operasional, pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia, dan peningkatan layanan pelanggan. Dengan pendekatan ini, diharapkan pasar dapat mengalami perubahan positif yang signifikan. Hal ini akan mencakup peningkatan daya tarik pasar bagi pedagang dan pembeli, peningkatan pendapatan bagi UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya, serta peningkatan pengelolaan pasar secara keseluruhan.

Tahap Perencanaan

Tim PKM terdiri dari 2 orang dosen, 3 mahasiswa, dan pengurus UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya. Pengukuhan pengurus UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya disahkan dan diresmikan dengan kehadiran langsung dari Pangdam II Sriwijaya. Dalam struktur organisasi ini, telah ditunjuk Koordinator untuk masing-masing bidang pengembangan manajemen, yang dipilih berdasarkan pengalaman organisasi sebelumnya, dengan tujuan untuk bekerja secara lebih profesional, kreatif, dan inovatif.

Dalam upaya membangun sistem pengelolaan pasar yang lebih maju, tim PKM mengusulkan sistem pelayanan pasar satu pintu yang diberi nama *Market Management One Gate System* (MMOGS). Konsep MMOGS ini merupakan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh salah satu tim PKM. Konsep MMOGS ini telah disetujui oleh Asisten Logistik Kasdam II Sriwijaya untuk diterapkan dalam pengelolaan Pasar Sekojo.

Pelaksanaan

Dalam tahap pelaksanaan, kegiatan yang dijalankan adalah implementasi Manajemen Pengelolaan Pasar, yang merupakan bagian dari agenda yang telah ditetapkan pada tahap perencanaan. Kegiatan ini telah berlangsung sejak bulan Januari 2023

hingga saat ini. Rencana jangka pendek untuk tiga tahun ke depan telah disusun oleh masing-masing bagian sebagai bagian dari koordinasi program-program kegiatan yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu

a. Membuat rencana kerja untuk masing-masing koordinator bagian

Setiap koordinator bagian memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa program yang telah direncanakan berjalan dengan baik sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Tugas-tugas koordinator bagian termasuk menyusun rencana kerja yang mencakup tujuan, estimasi waktu pelaksanaan, tingkat keberhasilan yang diharapkan, dan metode evaluasi kegiatan. Gambar 1 merupakan dokumentasi kegiatan rapat kerja.



Gambar 1. Rapat kerja koordinasi manajemen pengeloan pasar Sekojo

b. Revitalisasi Pasar

Revitalisasi adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah atau pengelola pasar untuk mempercepat pembangunan infrastruktur pasar. Pasar Sekojo awalnya didirikan secara mandiri oleh para pedagang tanpa mengikuti standar pembangunan kios yang terencana. Tata letak kios di Pasar Sekojo tidak teratur, dan saat hujan, kondisi jalanan di dalam pasar menjadi becek sehingga aktifitas berbelanja menjadi tidak nyaman.

Upaya yang telah dilakukan adalah pembangunan infrastruktur pasar Sekojo yang memadai. Estimasi waktu renovasi pasar ini adalah selama 1 tahun, mulai dari bulan Januari hingga November 2022. Pembangunan fasilitas dilakukan secara bertahap, termasuk pembangunan kantor sekretariat UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya, pembuatan petak-petak kios dengan rangka baja, pembangunan toilet dan kamar mandi, pembangunan mushola, pemasangan layanan PDAM, pemasangan layanan listrik, pembangunan lahan parkir, dan pengecoran ruas jalan pasar (Hartati et al., 2023).

Efek dari pembangunan infrastruktur tersebut adalah peningkatan jumlah calon pedagang. Sebanyak 47 calon pedagang baru

bergabung, sehingga jumlah total pedagang mencapai 200 orang. Mereka telah menandatangani surat perjanjian sewa kios dengan UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya. Dengan semakin banyaknya pedagang yang berjualan di Pasar Sekojo, diharapkan masyarakat akan tertarik untuk bertransaksi di pasar ini, yang pada akhirnya akan meningkatkan omset penjualan para pedagang. (Prihatminingtyas & Setyowati, 2018). Berikut beberapa gambar keadaan pasar sekojo sebelum dan sesudah revitalisasi pasar.



Gambar 2. Kondisi pasar Sekojo sebelum Revitalisasi

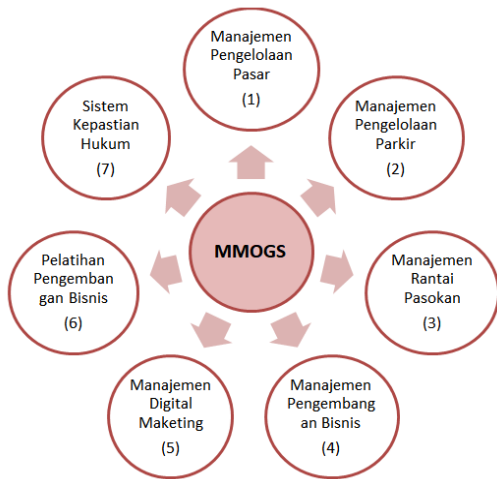


Gambar 3. Pembangunan Kios pasar Sekojo

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Penerapan model *Market Management One Gate System (MMOGS)*

MMOGS merupakan model pengembangan potensi pasar yang mengintegrasikan beberapa model pengelolaan bisnis dalam satu sistem manajemen. Tujuan utama dari MMOGS adalah meningkatkan pendapatan pedagang di Pasar Sekojo melalui teknik penjualan terkait. Konsep ini dirancang untuk membangun sistem penjualan yang dapat memenuhi seluruh kebutuhan pembeli, sehingga meningkatkan kepuasan pembeli. MMOGS terdiri dari 7 (tujuh) bidang pengelolaan yang berbeda, yang akan mengoptimalkan kinerja dan layanan pasar tersebut (Hartatik et al., 2023). Gambar 4 merupakan model Market Management One Gate System (MMOGS).



Gambar 4. Model Market Management One Gate System (MMOGS)

Sebelumnya, Pasar Sekojo belum memiliki sistem manajemen pengelolaan pasar yang terstruktur. Tim PKM telah melakukan sosialisasi mengenai konsep MMOGS dan mengusulkan penerapannya di Pasar Sekojo. Implementasi MMOGS diharapkan akan memberikan dampak positif berupa peningkatan penjualan, kepuasan pembeli, dan pengelolaan manajemen pasar yang lebih efektif. Adapun bidang-bidang pengelolaan yang tercakup dalam MMOGS meliputi :

a. Manajemen pengelolaan Pasar

Pengelolaan pasar Sekojo dilaksanakan oleh pengurus UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya. Manajemen pengelolaan pasar ini mencakup sejumlah kegiatan, termasuk pembentukan kepengurusan, pembuatan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga, penyusunan tugas dan tanggung jawab pengurus, perencanaan agenda kegiatan, serta pelaporan kepada Asisten Logistik Kasdam II Sriwijaya. Selain itu, manajemen pengelolaan pasar juga melibatkan hasil analisis kinerja pengurus dengan menggunakan pendekatan Responden's Opinion (Terttiaavini et al., 2021)

b. Manajemen pengelolaan Parkir

Manajemen lahan parkir meliputi kegiatan : penunjukan petugas penjaga parkir, distribusi, laporan pendapatan harian dan analisa kepuasan pelanggan (quality service) (Lubis & Andayani, 2018) terhadap sistem pengelolaan parkir setiap tahun.

c. Manajemen rantai pasokan (supply chain)

Penerapan supply chain di Pasar Sekojo dilakukan oleh pengurus UMKM Mitra

Kodam II Sriwijaya, yang bertindak sebagai koordinator pemasok bagi para pedagang di pasar tradisional Sekojo. Dalam rangka ini, pihak pengelola telah menjalin kerjasama dengan berbagai pemasok untuk menciptakan sistem pasokan yang efisien. Konsep pengembangan sistem supply chain ini bertujuan agar pembeli tidak perlu lagi khawatir tentang tempat membeli barang.

Pengurus melakukan kerjasama dengan pemasok guna mendapatkan harga yang lebih murah dengan membeli barang dalam jumlah besar. Pedagang di Pasar Sekojo akan memperoleh harga barang yang sama dengan yang mereka dapatkan jika membeli langsung dari pemasok. Tujuan dari penerapan metode supply chain ini adalah membantu pedagang mendapatkan harga termurah sambil memperpendek rantai penjualan (Soka et al., 2017)

Selain itu, koordinator juga mengatur stok barang di pasar Sekojo untuk memastikan ketersediaan barang. Hal ini perlu dilakukan agar tidak terjadi kelangkaan barang yang dapat menyebabkan fluktuasi harga yang tidak stabil. Dengan Pasar Sekojo yang mampu menyediakan semua kebutuhan masyarakat dengan harga yang kompetitif, diharapkan jumlah pembeli akan meningkat, dan hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan omset penjualan bagi para pedagang di Pasar Sekojo. Gambar 5 menampilkan pengurus UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya berada di depan gudang penyimpanan barang setelah mengadakan kegiatan pengecekan barang.



Gambar 5. Gudang Sembako UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya

d. Manajemen pengembangan bisnis

Manajemen pengembangan bisnis, meliputi kegiatan pengembangan bisnis yang dikelola oleh UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya. Tahun 2022 Pengembangan bisnis yang dijalankan adalah 1) Mendirikan koperasi simpan pinjam; 2) Menyediakan jasa pengadaan barang; 3) Menyediakan jasa transportasi. Pengembangan bisnis ini akan terus di berinovasi menyesuaikan kebutuhan pasar.

e. Manajemen pengelolaan *digital Marketing*

Transformasi dari sistem penjualan konvensional menjadi digital telah terbukti dapat meningkatkan omset penjualan (Jannatin et al., 2020). Manajemen pemasaran digital mencakup berbagai kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran dan promosi melalui platform digital. Koordinator manajemen digital bertugas membantu pedagang untuk mempromosikan produk mereka melalui media sosial dan menyediakan layanan pengantaran (*delivery order*) disingkat DO bagi masyarakat di daerah Sekojo.

Pelayanan DO ini merupakan bagian dari inovasi pemasaran pasar yang menggabungkan cara penjualan konvensional dan pemasaran digital guna mencapai hasil yang maksimal. DO adalah singkatan dari "Delivery Order", yang merupakan instruksi tertulis untuk mengirimkan barang dari pedagang kepada pembeli dengan menggunakan metode pembayaran Pay on Delivery atau Pay to Order (Xu et al., 2017). Sistem DO ini dirancang untuk memberikan kemudahan berbelanja bagi masyarakat.

Keuntungan bagi pembeli adalah mereka dapat memesan barang langsung dari pasar dengan jaminan kesegaran produk dan memiliki pilihan berbagai barang dengan harga yang terjangkau. Bagi pedagang, sistem DO membantu membangun strategi pemasaran digital yang efektif. Sedangkan bagi pengelola pasar, keuntungan datang dari penyediaan layanan pengantaran dan pengenaan pajak sebesar 5% dari setiap transaksi (Fadhilsyah et al., 2021).

f. Pelatihan membangun bisnis baru

Pelatihan membangun bisnis baru bertujuan agar pedagang mendapatkan omset penjualan yang maksimal dengan tidak hanya menjual barang yang ada, namun dapat mengembangkan bisnis lain yang mendukung usaha sebelumnya, seperti pedagang ikan giling, diberikan pelatihan tentang cara membuat pempek/ kerupuk / kemplang tunu (Terttiaavini, Marnisah, et al., 2019) dan aneka kuliner lainnya yang terbuat dari ikan, sehingga pedagang mendapatkan *softskill* untuk membangun usaha baru.

Sistem pengelolaan manajemen pasar berbasis MMOGS, melibatkan pedagang, pembeli, pengurus pasar dengan cara mengoptimalkan potensi sumber daya pasar untuk saling berintegrasi secara bersama-sama memberikan manfaat dan keuntungan secara finansial. Setiap selesai pelatihan dilakukan pengukuran terhadap kegiatan tersebut untuk mengetahui *feedback* bagi UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya (Terttiaavini et al., 2020)



Gambar 6. Pendaftaran mengikuti pelatihan bagi pedagang pasar sekojo.

g. Sistem Kepastian Hukum

Kepastian adalah ketentuan / pedoman yang menjamin keadilan bagi setiap orang untuk menjalankan kegiatan (Reza, 2017). Jaminan hukum diberikan kepada pengurus, pedagang dan pembeli. Kepastian hukum ini memberikan jaminan keadilan bagi semua pihak sehingga dapat memberikan perlindungan bertransaksi. Setiap pedagang memiliki perjanjian dengan pihak pengurus UMKM Mitra Kodam II Sriwijaya, dimana inti dari perjanjian tersebut menjelaskan tentang hak dan kewajiban kedua belah pihak yang tidak memberatkan sebelah pihak. Hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya hal yang tidak diinginkan dikemudian hari. Gambar 7 merupakan gambar kegiatan Pendaftaran kepemilikan kios di Pasar sekojo.



Gambar 7. Pendaftaran kepemilikan kios Pasar sekojo

2) Evaluasi dan Pelaporan

Tahapan evaluasi merupakan langkah penilaian yang dilakukan setelah rangkaian kegiatan dilaksanakan oleh pelaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Evaluasi kegiatan penerapan perlu dilakukan sebagai sumber masukan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Laporan kegiatan pasar PKM dilaksanakan setiap tahun untuk kemudian diserahkan (Terttiaavini et al., 2020)

Adapun hasil evaluasi dari kegiatan tersebut adalah penentuan sejauh mana tujuan dan target yang telah ditetapkan dalam perencanaan kegiatan berhasil tercapai.

Evaluasi juga melibatkan analisis terhadap efisiensi, efektivitas, dan dampak dari implementasi kegiatan tersebut (Hertati, 2021). Evaluasi dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada pedagang, pembeli, dan pengelola pasar. Hasil evaluasi yang diperoleh berdasarkan tiga kriteria adalah sebagai berikut :

1. **Pengukuran Keberhasilan Tujuan:** Evaluasi ini menggunakan indikator peningkatan omset. Berdasarkan hasil pengumpulan data terdapat peningkatan omset sebesar 20% dalam 6 bulan pertama. Peningkatan ini disebabkan adanya peningkatan jumlah pedagang dari 53 pedagang menjadi 68 pedagang dalam 6 bulan pertama, sehingga pasar sekojo menjadi ramai pembeli.
2. **Analisis Efektivitas:** Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana hasil yang dicapai memenuhi kebutuhan dan harapan. Hasil dari pengumpulan data menunjukkan bahwa nilai kepuasan pelanggan sebesar 73% dalam 6 bulan pertama.
3. **Dampak Sosial dan Ekonomi:** Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur dampak sosial dan ekonomi kegiatan, adapun indikator yang digunakan adalah
 - a. **Peningkatan pendapatan pedagang:** Target peningkatan pendapatan rata-rata pedagang sebesar 30% dalam 12 bulan pertama. Target ini berada di atas target yang ditetapkan di awal yaitu 20%.
 - b. **Peningkatan akses masyarakat terhadap barang dan jasa:** target awal dengan indikator peningkatan jumlah pembeli dari komunitas sekitar sebanyak 15% dalam 6 bulan pertama. Berdasarkan hasil pengumpulan data, hasil yang diperoleh sebesar 23%, hal ini menunjukkan adanya peningkatan akses masyarakat di pasar sekojo.
 - c. **Penciptaan lapangan kerja:** Target awal menciptakan minimal 10 pedagang baru dalam 6 bulan pertama. Namun berdasarkan data terdapat 15 pedagang baru yang ikut berjualan di pasar sekojo.

Hasil evaluasi ini membantu dalam menilai sejauh mana kegiatan telah mencapai tujuannya, sejauh mana efektivitas telah tercapai, dan bagaimana dampaknya terhadap sosial dan ekonomi masyarakat lokal. Dengan indikator yang jelas, evaluasi dapat memberikan gambaran yang akurat tentang pencapaian tujuan dan dampak yang dihasilkan oleh kegiatan PKM ini

SIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan PKM ini merupakan upaya revitalisasi dan pengembangan manajemen Pasar Sekojo dengan menerapkan konsep *Market Management One Gate System* (MMOGS). Hasilnya dari kegiatan PKM tersebut ADALAH 1) terjadi peningkatan omset penjualan sebesar 20% dalam 6 bulan pertama setelah penerapan MMOGS; 2) Nilai kepuasan pembeli mencapai 73% dalam 6 bulan pertama; 3) Peningkatan pendapatan pedagang mencapai 30% dalam 12 bulan pertama; 4) Akses masyarakat terhadap barang dan jasa meningkat sebanyak 23% dalam 6 bulan pertama; 5) Terwujudnya penciptaan lapangan kerja baru dengan 15 pedagang baru yang bergabung dalam 6 bulan pertama.

Dengan implementasi MMOGS, Pasar Sekojo telah mengalami perubahan positif dalam aspek ekonomi dan kualitas layanan, memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat dan pedagang. Hal ini memperkuat pentingnya manajemen pasar yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan kesejahteraan pasar tradisional.

Dengan demikian, kegiatan PKM ini telah berhasil memberikan kontribusi yang signifikan dalam revitalisasi dan pengembangan manajemen Pasar Sekojo, memperkuat peran pasar tradisional sebagai pendorong ekonomi lokal, dan memberikan dampak positif pada kesejahteraan masyarakat sekitar. Diharapkan upaya ini dapat menjadi inspirasi dan contoh yang berkelanjutan dalam pengelolaan pasar tradisional lainnya, serta terus memberikan manfaat bagi seluruh stakeholders yang terlibat.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan PKM yang telah dilakukan ada berikut beberapa saran untuk pengembangan kegiatan ini, yaitu 1) Memberikan pelatihan dan pendidikan kepada pedagang mengenai manajemen bisnis, pemasaran digital, serta strategi pengembangan usaha baru. Ini dapat membantu pedagang meningkatkan keterampilan dan daya saing mereka. (Terttiaavini, Saputra, et al., 2019) (Terttiaavini & Saputra, 2020) (Argeto et al., 2021) (Hartati et al., 2023); 2) Melakukan Promosi Pasar untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pasar Sekojo, baik melalui media sosial, pemasaran online, maupun kegiatan promosi di lingkungan sekitar.

Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan pasar Sekojo dapat terus berkembang, memberikan manfaat lebih besar bagi masyarakat, dan menjadi contoh

keberhasilan dalam pengelolaan pasar tradisional.

DAFTAR RUJUKAN

- Argeto, V., Karina, A., Hertati, L., Terttiavini, Eryati, A., & Asmawati. (2021). Sosialisasi Mahasiswa Indo Global Mandiri Pengembangan Coffee Shop Kopi Eksis Pkm Menggunakan E-Commerce. *Journal of Sustainable Community Service*, 1(3), 150–163.
<https://transpublika.co.id/ojs/index.php/JS CS>
- Fadhilsyah, M., Zahara, M. S., Hertati, L., Terttiaavini, Heryati, A., & Asmawati. (2021). Penerapan Digital Marketing Produk Kemasan Mie Celor Poligon Promosi Online Program MBKM Mahasiswa Indo Global Mandiri. *Journal of Sustainable Community Service*, 1(4), 164–175.
- Ginting, M., & Saputra, A. (2015). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(1), 10–19.
- Hartati, L., Asmawati, A., Syafitri, L., Terttiaavini, T., & Hildayanti, S. K. (2023). Strategi Tatakelola Pengembangan Bank Sampah Pupuk Kembang Era Pandemi Kelurahan Siring Agung Kota Palembang. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 811–820.
<https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.1877>
- Hertati, L. (2021). Promosi Penjualan, Audit Manajemen, dan Peran Audit Program terhadap Penerimaan Kas Era Covid-19. *Economics and Digital Business Review*, 2(1), 58–84.
<https://doi.org/10.37531/ecotal.v2i1.25>
- Jannatin, R., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39.
<https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243.
<https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.619>
- Prihatminingtyas, B., & Setyowati, P. B. (2018). Pengembangan pasar tradisional di kota malang. *Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH 2018)*, 2.(September), 101–109.
- Putra, E. S. (2013). *Peraturan Walikota Palembang* (p. 6). Walikota Palembang.
- Rahayu, S. R. I. E., & Bahri, H. (2014). Studi Komparatif Perubahan Pendapatan Usaha Warung Tradisional Sebelum Dan Sesudah Adanya Warung Retail Modern Di Kecamatan Medan Timur. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(02), 151–165.
- Reza, M. (2017). Kepastian Hukum. *Metro Kaltara*, 1.
<https://www.metrokaltara.com/kepastian-hukum/>
- Soka, T. D., Miftah, H., & Yusdiarti, A. (2017). Analisis Kinerja Rantai Pasok Sayuran Komersial di Pasar Tradisional Kota Bogor. *Jurnal Agribisains*, 3(2), 23–31.
<https://doi.org/10.30997/jagi.v3i2.1047>
- Sudrajat, A. R., Sumaryana, A., Buchari, R. A., & Tahjan, T. (2018). Perumusan Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional di Kabupaten Sumedang. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 6(1), 53.
<https://doi.org/10.31289/jppuma.v6i1.1600>
- Sugiyanto, S. (2009). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Kota Balikpapan). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 5(4), 155–184.
- Terttiaavini, Marnisah, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2019). Pengembangan Kewirausahaan Kemplang Tunu Sebagai Produk Cemilan Khas Kota Palembang. *Abdimas Mandiri*, 3(1), 63–72.
- Terttiaavini, Marnisah, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2020). Evaluating the Kemplang Tunu Production Training for Low Income and Education Communities Using the Kirkpatrick Model. *Atlantis Press*, 151(Icmae 2020), 238–242.
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200915.055>
- Terttiaavini, T., Hartono, Y., Ermatita, & Rini, D. P. (2021). Building a Weighted Performance Indicator Concept utilized The Respondent ' s Opinion Approach. *2021 3rd International Conference on Electronics Representation and Algorithm (ICERA)*, 13(April), 76–81.
<https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-178466/v1>
- Terttiaavini, T., & Saputra, T. S. (2020). Analisa Pelatihan Strategi Manajemen Penjualan Produk UMKM Menggunakan Digital Marketing Bagi Masyarakat Terdampak Covid-19 Di Kampung Keluarga Berhasil (Kb). *Seminar Nasional AVoER XII 2020*, 18–19.
- Terttiaavini, T., Saputra, T. S., Heryati, A., Lestari, E. S., & Purnamasari, E. (2019). Pelatihan Digital Marketing Sebagai

- Strategi Peningkatan Omset Penjualan Kain Tenun Songket Desa Burai. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 543–551. <https://meravi.id/pelatihan-digital-marketing-umkm/>
- Terttiaavini, T., Sofian, & Saputra, T. S. (2022). Pendampingan Penyusunan Program Rencana Kerja Badan Usaha Milik Desa Dalam Rangka Optimalisasi Potensi Desa Serjabo Organ Ilir Sumatera Selatan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3–11. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5608>
- Widodo, J. (2014). *Perdagangan* (Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014; pp. 1--80). Pemerintah Republik Indonesia. <http://www.kemendag.go.id/files/regulasi/2014/03/11/7-tahun-2014-id-1398758805.pdf>
- Xu, N., Bai, S. zhen, & Wan, X. (2017). Adding pay-on-delivery to pay-to-order: The value of two payment schemes to online sellers. *Electronic Commerce Research and Applications*, 21, 27–37. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2016.12.001>
- Yudoyono, S. B. (2007). *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern* (Undang-undang Nomor 112 Tahun 2007). Pemerintahan Republik Indonesia.