



Media: Tribun Jogja

Hari: Jumat

Tanggal: 16 April 2021

Halaman: 1

Kisah Relawan Mendampingi UMKM di Pasar Beringharjo

Jalan Panjang Mewujudkan Pedagang Digital

Mendengar nama pasar identik dengan suasana yang tradisional. Tempatnya dibangun sederhana tidak seperti pusat perbelanjaan kekinian lengkap dengan pendingin ruangan. Paling penting, esensi dari transaksi jual beli bisa terpenuhi. Penjual dapat untung, pembeli dapat barang. Bahkan, di DIY, Pasar Beringharjo justru menjadi salah satu objek wisata yang selalu dipadati pengunjung di zaman sebelum pandemi.

Namun, dunia berubah. Teknologi berkembang begitu pesat, mau tidak mau mengajak para pedagang di pasar, khususnya Pasar Beringharjo berubah. Mereka sekarang menerima pembayaran nontunai, mengikuti tren anak zaman sekarang yang memilih membawa dompet digital daripada uang fisik. Bahkan, para pedagang juga digadagadag untuk mulai ikut berjualan secara

hal yang dilakukan relawan agar pedagang mau bekerja sama dengan mereka. Mereka wajib berkomunikasi intens dengan penjual. Dari situ, akan muncul rasa memiliki untuk mewujudkan Pasar Beringharjo menuju pasar digital.

"Pernah suatu ketika, ada pedagang yang menyimpan banyak tas yang sedang kami cari karena ada pesanan. Dari sini sadar, bagaimana kami bisa tahu kalau jumlah produk yang ada juga tidak dibicarakan. Maka, berbagi data itu juga penting," tambah Tommy.

Edukasi

Mengangkat derajat Pasar Beringharjo menjadi pasar digital bukanlah barang mudah. Ada 5.000 pedagang yang harus mereka beri pemahaman bagaimana caranya membuat produk yang menarik. "Sampai saat ini, kami belum bisa mengedukasi per pedagang dan fokus ke komunitas dulu. Kami jelas tidak punya tenaga untuk memberitahu pedagang satu per satu," kata Fitri.

Di Pasar Beringharjo, setidaknya ada beberapa komunitas yang sudah diberi pendampingan. Beberapa di antaranya adalah komunitas sayur, kriya, kuliner, dan masih banyak lagi. "Kalau komunitas yang pakaitan, mereka secara otomatis biasanya sudah bisa memotret dan memasarkan di media sosial. Jadi mereka belum menjadi prioritas pendampingan," jelas Tommy.

Tommy dan kawan-kawan biasa bermarkas di

bawah. Kami akhirnya perlahan-lahan mendampingi bagaimana produk itu bisa dipasarkan daring," jelasnya lagi.

Edukasinya beragam. Tommy dan kawan-kawan mulai membahas tentang bagaimana sebuah produk bisa dipasarkan secara daring. Mereka memberikan pemahaman kepada penjual, jika produk mereka mengutamakan rasa, maka rasa itu harus konsisten. "Misal, seperti jamu beras kencur. Rasa jamu ini harus konsisten. Jangan besok enak, besoknya enak banget, besoknya super enak. Konsisten saja sesuai dengan target pasar," timpal Abdullah.

Hal lain yang perlu diperhatikan penjual adalah kemasan. Dengan kemasan yang menarik, maka pembeli akan lebih tertarik dan mau membeli. Selama ini, pedagang pasar mungkin akan menggunakan kemasan seadanya untuk menjual produk. Namun, hukum ini tidak berlaku bagi jual beli daring.

Sebab, pembeli tidak bisa bertemu dengan penjual. Maka, penjual harus memiliki 1.001 cara bagaimana agar penjual tertarik membeli dagangannya hanya melihat foto yang ada. "Yang penting jalan dulu. Kami memang belum lama terbentuk, baru di tahun 2020. Kalau sudah ada yang jalan, sedikit-sedikit terlaksana untuk mengubah pasar tradisional ke hal-hal yang siap dipasarkan daring," tambahnya.

Selain poin yang bersifat teknis, ada juga sejumlah

sebuah ruangan di lantai tiga Pasar Beringharjo sejak siang hingga sore. Ruangnya tidak besar, hanya berukuran belasan meter. Di situ, terpampang sejumlah produk pedagang pasar yang sudah bisa dipasarkan secara daring. Ada juga studio mini dengan beberapa lampu putih sebagai tempat pemotretan agar produk semakin terlihat menarik.

Selain edukasi, pekerjaan mereka juga memotret produk-produk yang telah siap untuk dibantu pemasaran di marketplace digital. "Kadang, ada dari mereka yang datang ke sini, minta tolong difotokan produknya. Ya, kami siap. Seandainya kami berikan edukasi," timpalnya lagi.

Satu hal lain yang sering mereka bahas saat memberikan pemahaman adalah adanya proses regenerasi para pedagang pasar dan kuantitas barang di rantai pasok. Banyak pengalaman para relawan yang mengindikasikan pedagang perlu diberi edukasi rantai pasok.

"Misal begini, ada dari mereka juga yang merasa tidak sanggup jika harus memenuhi kuantitas atau waktu yang telah ditentukan. Kebanyakan karena pengiraannya sudah berusa lanjut," ucap Tommy.

Mereka berharap, para pedagang bisa mengikuti pelajaran yang telah diberikan dan menerapkannya agar bisa mengikuti perkembangan zaman. "Bukan kami yang menjualkan. Kami hanya membantu mereka untuk memahami digitalisasi," timpal ketiganya. (Ardhike Indah)

TRIBUN JOGJA/ARDHIKE INDAH

MENJUJU DARING - Produk dari pedagang Pasar Beringharjo di Digital Corner yang siap dipasarkan secara daring.

● ke halaman 2

Jalan Panjang

● Sambungan Hal 1

daring, memanfaatkan banyak marketplace dan media sosial yang masuk ke Indonesia. Memperjuangkan hal tersebut, ada sejumlah relawan yang tergabung dalam Digital Corner Pasar Beringharjo siap membantu para pedagang mengedukasi mereka ke pasar yang lebih luas.

Bagi mereka, membantu pedagang menuju pasar daring adalah jalan panjang yang harus ditempuh. Mereka betul-betul mulai dari bawah agar pedagang mampu naik kelas dengan digitalisasi.

"Bayangan kami, para pedagang sudah bisa masuk ke Shopee, Tokopedia, dsb, tapi ketika kami masuk ke sini, semua itu runtuh. Masih banyak yang harus diedukasi," buka Tommy, salah satu tim relawan Digital Corner Pasar Beringharjo kepada *Tribun Jogja*, beberapa waktu lalu.

Tommy tidak sendiri. Dia, Fitri, dan Abdullah menjadi tiga dari sejumlah relawan di sudut digital itu untuk membantu pedagang pasar meningkatkan perekonomian lewat jualan daring. Banyak cerita dari ketiganya tentang masalah pelik pedagang pasar merambah marketplace digital.

Ibarat pesawat, mereka tidak bisa lepas landas, tapi harus berjalan di landasan pacu sebelum benar-benar terbang. "Karena bayangan kami runtuh, maka kami mulai mengedukasi dari

Instansi	Nilai Berita	Sifat	Tindak Lanjut
1. Dinas Perdagangan	Netral	Biasa	Untuk Diketahui
2. Dinas Perindustrian, Koperasi dan UKM			

Yogyakarta, 01 September 2026
Kepala

Ig. Trihastono, S.Sos. MM
NIP. 19690723 199603 1 005