

Membangun Komunitas Pedagang Pasar Sirahan Pulokulon yang Berdaya Saing Melalui Peningkatan Kemitraan Usaha

Belia Mulyaningtyas^{1*}, Eka Mustikasari²

¹⁻² Universitas Pandanaran

*Corresponding email: belia.mulyaningtyas@unpand.ac.id

Abstrak: Pasar tradisional Sirahan di Kecamatan Pulokulon, Grobogan, menghadapi tantangan serius akibat penetrasi ritel modern dan keterbatasan manajemen internal pedagang yang masih bersifat individualistik. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing pedagang hasil bumi (sayur, ikan, ayam, dan telur) melalui penguatan kemitraan usaha kolektif. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *Participatory Appraisal* yang meliputi empat tahapan: asesmen kebutuhan, workshop literasi keuangan dan pemasaran digital, fasilitasi pembentukan kelompok usaha berdasarkan jenis komoditas, serta pendampingan kemitraan dengan pemasok dan lembaga keuangan. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pedagang dalam memisahkan keuangan usaha dan pribadi, serta terbentuknya rintisan komunitas dagang yang memiliki daya tawar (*bargaining power*) lebih kuat dalam pengadaan stok barang secara kolektif. Keberhasilan program ini mengonfirmasi bahwa sinergi antar pedagang dan akses ke jejaring eksternal merupakan kunci transformasi pasar tradisional dari pusat transaksi konvensional menjadi ekosistem ekonomi perdesaan yang inovatif dan berkelanjutan.

Kata kunci: komunitas, pedagang, pasar, kemitraan

Abstract: The Sirahan traditional market in Pulokulon District, Grobogan, faces serious challenges due to the penetration of modern retail and the limitations of internal management among traders, which remain individualistic. This community service initiative aims to enhance the competitiveness of agricultural and fresh produce traders (vegetables, fish, chicken, and eggs) through the strengthening of collective business partnerships. The implementation method utilizes a *Participatory Appraisal* approach comprising four stages: needs assessment, workshops on financial literacy and digital marketing, facilitation of business group formation based on commodity types, and mentoring for partnerships with suppliers and financial institutions. The results of the initiative indicate an improvement in traders' understanding of separating business and personal finances, as well as the initial formation of a trading community with stronger bargaining power in collective stock procurement. The success of this program confirms that synergy among traders and access to external networks are key to transforming traditional markets from conventional transaction hubs into innovative and sustainable rural economic ecosystems.

Keywords: Community, traders, market, partnership

PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan salah satu pilar utama perekonomian kerakyatan yang memiliki peran strategis dalam menjaga stabilitas ekonomi lokal, ketahanan pangan, serta keberlangsungan aktivitas sosial Masyarakat (Andini et al., 2026). Keberadaan pasar tradisional tidak hanya berfungsi sebagai tempat berlangsungnya transaksi jual beli, tetapi juga menjadi pusat interaksi sosial, distribusi hasil pertanian, peternakan, dan perikanan, sekaligus ruang tumbuhnya usaha mikro dan kecil yang menjadi sumber mata pencaharian Masyarakat (Hartanto, 2025). Keberadaan pasar tradisional tetap memiliki nilai ekonomi dan sosial yang tinggi di tengah arus modernisasi dan perkembangan sistem perdagangan berbasis digital, khususnya di wilayah perdesaan yang masih bergantung pada sektor pertanian sebagai penggerak utama perekonomian (Wibawa et al., 2024).

Salah satu pasar tradisional yang memiliki peran penting tersebut adalah Pasar Sirahan yang berada di Kecamatan Pulokulon, Kabupaten Grobogan. Menurut BPS Kabupaten Grobogan, pasar ini menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat desa yang didominasi oleh perdagangan berbagai komoditas hasil bumi, seperti sayur-mayur, cabai, bawang merah, bawang putih, aneka rempah, buah-buahan lokal, hingga berbagai produk peternakan dan perikanan seperti ayam kampung, telur, ikan air tawar, serta hasil olahan pangan rumah tangga. Sebagian besar komoditas yang diperdagangkan berasal dari petani dan peternak

lokal di wilayah Pulokulon maupun kecamatan sekitarnya sehingga Pasar Sirahan memiliki posisi strategis sebagai simpul distribusi produk pertanian lokal. Keberadaan pasar ini secara tidak langsung turut menjaga perputaran ekonomi desa, memperpendek rantai distribusi pangan, serta menjadi penghubung antara produsen dan konsumen (Chatra et al., 2024).

Selain berfungsi sebagai pusat distribusi komoditas pangan, Pasar Sirahan juga berkontribusi dalam menjaga ketahanan pangan daerah melalui penyediaan kebutuhan pokok masyarakat dengan harga yang relatif terjangkau. Aktivitas ekonomi yang berlangsung setiap hari menciptakan efek berganda (*multiplier effect*) terhadap berbagai sektor usaha lainnya (S. P. Utami et al., 2024), seperti jasa transportasi, perdagangan eceran, industri rumah tangga, hingga usaha kuliner. Oleh karena itu, keberlangsungan pasar tradisional menjadi bagian penting dalam mendukung pembangunan ekonomi daerah yang inklusif dan berkelanjutan (A. T. Utami, 2025).

Namun demikian, perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi informasi, serta ekspansi pasar modern dan perdagangan berbasis digital menjadi tantangan yang semakin kompleks bagi keberlangsungan pasar tradisional (Marfudin et al., 2026). Konsumen saat ini semakin mengutamakan aspek kenyamanan, kecepatan pelayanan, kepastian harga, kebersihan, serta kemudahan transaksi melalui berbagai platform digital (Ario, 2025). Kondisi tersebut menyebabkan sebagian masyarakat mulai beralih ke minimarket, supermarket, maupun layanan belanja daring yang menawarkan berbagai kemudahan. Apabila kondisi ini tidak diantisipasi melalui peningkatan daya saing pedagang, maka pasar tradisional berpotensi mengalami penurunan jumlah pengunjung, berkurangnya omzet penjualan, bahkan kehilangan fungsi ekonominya sebagai pusat perdagangan masyarakat desa (Andini et al., 2026).

Permasalahan tersebut semakin terasa pada pedagang di Pasar Sirahan. Sebagian besar pedagang masih menjalankan usahanya secara konvensional dengan skala usaha mikro yang dikelola secara mandiri dan berbasis pengalaman. Sistem pengelolaan usaha masih sederhana, belum didukung oleh pencatatan keuangan yang memadai, belum menerapkan perencanaan usaha secara sistematis, serta belum memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi maupun pemasaran. Di sisi lain, pola kerja antar pedagang masih bersifat individual sehingga potensi kerja sama dalam pengadaan barang, distribusi produk, maupun pemasaran kolektif belum berkembang secara optimal.

Program pengabdian kepada masyarakat ini disusun berdasarkan landasan teori yang kuat, yaitu teori kemitraan usaha (*strategic partnership*) dan teori pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*). Menurut Kotler & Keller (2016), kemitraan strategis merupakan bentuk kolaborasi yang mampu menciptakan sinergi melalui pemanfaatan sumber daya secara bersama sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat daya saing, memperluas akses pasar, serta meningkatkan nilai tambah usaha. Dalam konteks pedagang pasar tradisional, kemitraan tidak hanya diwujudkan dalam hubungan antar pedagang, tetapi juga melibatkan pemasok, koperasi, pemerintah daerah, perguruan tinggi, lembaga keuangan, serta pelaku usaha lainnya yang memiliki kepentingan terhadap pengembangan ekonomi lokal (Fitria et al., 2025).

Sementara itu, pendekatan pemberdayaan masyarakat menurut Ife & Tesoriero (2002) menegaskan bahwa pembangunan yang berkelanjutan harus berangkat dari kemampuan masyarakat untuk mengenali potensi, mengidentifikasi permasalahan, serta menyusun solusi berdasarkan kebutuhan mereka sendiri. Pemberdayaan tidak sekadar memberikan bantuan, melainkan membangun kapasitas, meningkatkan kepercayaan diri, memperkuat organisasi masyarakat, serta menciptakan kemandirian ekonomi yang mampu bertahan dalam jangka panjang. Pendekatan partisipatif menjadi sangat penting karena masyarakat bukan sekadar objek pembangunan, tetapi menjadi subjek utama yang menentukan arah perubahan (Setyawan et al., 2025).

Berbagai hasil penelitian mengenai revitalisasi pasar tradisional juga menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan pasar tidak hanya ditentukan oleh pembangunan fisik berupa renovasi gedung, penyediaan fasilitas, ataupun penataan lingkungan pasar. Faktor yang jauh lebih menentukan adalah peningkatan kualitas sumber daya manusia, penguatan kelembagaan pedagang, kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, serta terbentuknya jejaring kemitraan usaha yang mampu meningkatkan daya saing pasar secara keseluruhan (Loupatty et al., 2026). Dengan demikian, pembangunan fisik tanpa disertai penguatan kapasitas pelaku usaha cenderung menghasilkan dampak yang bersifat sementara.

Kondisi objektif di lapangan menunjukkan bahwa pedagang Pasar Sirahan masih menghadapi berbagai persoalan struktural yang saling berkaitan. Permasalahan pertama adalah karakteristik komoditas yang diperdagangkan berupa hasil pertanian dan produk protein yang memiliki sifat mudah rusak (*perishable goods*). Tingginya risiko kerusakan menyebabkan pedagang harus segera menjual produknya, sehingga posisi tawar mereka terhadap tengkulak maupun pembeli dalam jumlah besar menjadi relatif rendah (Tasaka et al., 2026). Ketika terjadi kelebihan pasokan, harga komoditas sering mengalami penurunan drastis karena belum adanya sistem penyimpanan, pergudangan, maupun distribusi bersama yang mampu menjaga stabilitas pasokan dan harga.

Permasalahan kedua adalah masih rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pedagang. Sebagian besar pedagang belum memanfaatkan media sosial, aplikasi pesan instan, maupun platform perdagangan digital sebagai media promosi dan pemasaran. Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang pemasaran yang jauh lebih luas, bahkan memungkinkan transaksi dilakukan tanpa harus bertemu secara langsung (Dunggio, 2025). Ketertinggalan dalam pemanfaatan teknologi menyebabkan daya saing pedagang semakin menurun ketika harus berhadapan dengan platform belanja daring yang kini mulai menjangkau wilayah pedesaan.

Permasalahan berikutnya berkaitan dengan pengelolaan keuangan usaha. Sebagian besar pedagang belum memiliki pencatatan keuangan yang sederhana sekalipun. Modal usaha masih sering bercampur dengan kebutuhan rumah tangga sehingga sulit mengetahui keuntungan usaha secara riil. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya kemampuan pedagang dalam melakukan perencanaan usaha, pengembangan modal, maupun pengambilan keputusan investasi. Selain itu, lemahnya administrasi usaha menyebabkan sebagian besar pedagang belum memenuhi persyaratan untuk memperoleh akses pembiayaan dari lembaga keuangan formal sehingga masih bergantung pada pinjaman informal dengan bunga yang relatif tinggi (Haerani et al., 2026).

Di samping itu, lemahnya budaya kolaborasi antar pedagang menyebabkan belum terbentuknya ekosistem usaha yang saling mendukung. Padahal melalui kemitraan usaha, pedagang dapat melakukan pembelian barang secara bersama untuk memperoleh harga yang lebih kompetitif, menyusun strategi promosi kolektif, memperluas jaringan pemasaran, hingga membangun kerja sama dengan koperasi, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), kelompok tani, maupun lembaga keuangan (Rohwiyati, 2026). Tidak adanya sinergi tersebut menyebabkan daya tawar pedagang tetap rendah dan membuat mereka rentan terhadap perubahan kondisi pasar.

Berdasarkan berbagai permasalahan tersebut, diperlukan suatu program pemberdayaan yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan keterampilan individu, tetapi juga membangun jejaring kemitraan usaha yang berkelanjutan. Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang sebagai upaya partisipatif untuk meningkatkan kapasitas pedagang melalui serangkaian kegiatan yang meliputi identifikasi potensi dan kebutuhan pedagang, pelatihan manajemen keuangan sederhana, edukasi pemasaran digital, pendampingan penyusunan strategi pemasaran kolektif, penguatan kelembagaan pedagang, serta fasilitasi kemitraan dengan pemasok, koperasi, pemerintah desa, lembaga keuangan, dan perguruan

tinggi. Pendekatan ini diharapkan mampu membangun ekosistem usaha yang lebih kolaboratif, adaptif, dan berorientasi pada keberlanjutan.

Melalui penguatan kemitraan usaha tersebut, para pedagang diharapkan tidak hanya mampu meningkatkan kemampuan manajerial dan daya saing usahanya, tetapi juga memiliki posisi tawar yang lebih kuat dalam rantai distribusi hasil pertanian. Lebih jauh lagi, terbentuknya jaringan kemitraan yang solid diharapkan mampu mendorong terciptanya pasar tradisional yang modern tanpa meninggalkan karakteristik lokalnya, sehingga Pasar Sirahan tetap menjadi pusat pertumbuhan ekonomi desa, memperkuat ketahanan pangan daerah, meningkatkan kesejahteraan pedagang, serta memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi masyarakat Kecamatan Pulokulon secara berkelanjutan.

METODE

Program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA) yang dipadukan dengan pendampingan intensif dan pemberdayaan masyarakat. Pendekatan PRA dipilih karena memberikan ruang kepada pedagang untuk terlibat langsung dalam mengidentifikasi masalah, menentukan kebutuhan, menyusun rencana kegiatan, dan mengevaluasi hasil program. Pedagang tidak hanya ditempatkan sebagai penerima materi, tetapi sebagai mitra yang ikut menentukan arah kegiatan sesuai kondisi usaha yang mereka hadapi. Pendekatan partisipatif dapat membantu masyarakat mengenali potensi lokal sekaligus menyusun solusi berdasarkan pengalaman dan kebutuhan mereka sendiri (Sunarto et al., 2023).

Sasaran program adalah pedagang hasil bumi dan pangan segar di Pasar Sirahan, Kecamatan Pulokulon, Kabupaten Grobogan. Peserta terdiri atas pedagang sayuran, cabai, bawang merah, bawang putih, buah-buahan, ikan air tawar, ayam, telur, dan produk pangan lainnya. Mayoritas pedagang menjalankan usaha mikro dengan pengelolaan yang masih sederhana. Kebutuhan utama mitra meliputi pencatatan keuangan, pemasaran digital, pelayanan konsumen, penguatan organisasi pedagang, dan pengembangan kemitraan usaha.

Pelaksanaan program dilakukan melalui tahap persiapan, peningkatan kapasitas, pembentukan kelompok usaha, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Tahap persiapan diawali dengan koordinasi bersama pengelola pasar, pemerintah desa, dan perwakilan pedagang. Tim kemudian melakukan observasi, wawancara, dan diskusi kelompok terarah untuk mengetahui kondisi usaha, pola distribusi barang, hubungan dengan pemasok, penggunaan teknologi, pengelolaan keuangan, dan bentuk kerja sama yang telah berjalan. Hasil asesmen digunakan untuk menentukan kebutuhan prioritas, materi pelatihan, jadwal, serta bentuk pendampingan yang sesuai dengan kondisi mitra.

Tahap peningkatan kapasitas dilaksanakan melalui ceramah interaktif, diskusi, simulasi, studi kasus, dan praktik langsung. Materi manajemen keuangan mencakup pencatatan pemasukan dan pengeluaran, pemisahan uang usaha dan rumah tangga, pengelolaan arus kas, serta penyusunan laporan laba-rugi sederhana. Keterampilan tersebut diperlukan agar pedagang dapat mengetahui kondisi usahanya secara lebih tepat dan memiliki administrasi yang mendukung akses pembiayaan formal. Literasi keuangan dan pemanfaatan layanan keuangan digital berperan penting dalam memperbaiki pengelolaan serta kinerja usaha mikro (Sholihah et al., 2023).

Materi kemitraan usaha membahas pembelian kolektif, pemasaran bersama, pertukaran informasi harga, negosiasi dengan pemasok, dan peluang kerja sama dengan kelompok tani, koperasi, BUMDes, pemerintah desa, serta lembaga keuangan. Peserta juga dilatih menyusun rencana kerja sama yang sederhana dan realistis. Tindakan kolektif melalui kelompok usaha dapat memperkuat akses pasar, meningkatkan efisiensi, dan memperbaiki posisi tawar pedagang dalam rantai distribusi (Permadi & Winarti, 2025).

Pelatihan pemasaran digital diarahkan pada penggunaan teknologi yang mudah dijangkau, seperti WhatsApp Business, Facebook Marketplace, Instagram, dan Google Maps. Peserta mempraktikkan pembuatan katalog, foto produk, deskripsi barang, informasi harga, dan komunikasi dengan pelanggan. Pemilihan media digital disesuaikan dengan kepemilikan perangkat dan kemampuan peserta agar teknologi benar-benar dapat diterapkan dalam kegiatan sehari-hari. Transformasi digital pada usaha mikro membutuhkan kesiapan sumber daya manusia, teknologi yang sesuai, dan pendampingan secara bertahap (Anatan & Nur, 2023). Keberhasilan digitalisasi pasar tradisional juga dipengaruhi oleh dukungan kelembagaan, motivasi pedagang, dan kesinambungan pendampingan (Suyatna et al., 2026).

Peserta turut memperoleh edukasi mengenai pelayanan konsumen, meliputi komunikasi yang sopan, keterbukaan informasi harga, kebersihan lapak, penataan produk, pengemasan, serta penanganan keluhan. Pelayanan yang baik diperlukan untuk mempertahankan kepercayaan konsumen dan mendorong pembelian ulang. Seluruh materi diberikan melalui contoh yang dekat dengan aktivitas pedagang agar mudah dipahami dan diterapkan.

Tahap berikutnya berupa pembentukan kelompok kemitraan berdasarkan kesamaan jenis komoditas dan kebutuhan usaha. Pembentukan kelompok dilakukan melalui musyawarah dengan menentukan pengurus, pembagian tugas, media komunikasi, serta rencana kegiatan. Kelompok tersebut berfungsi sebagai wadah berbagi informasi harga, pembelian bersama, promosi kolektif, pertukaran pengalaman, dan komunikasi dengan calon mitra. Kegiatan awal kelompok dapat berupa pembentukan grup komunikasi, pembuatan katalog bersama, pengadaan kemasan, atau penyusunan daftar pemasok.

Pendampingan dilakukan setelah pelatihan melalui kunjungan lapangan, konsultasi, diskusi kelompok, dan komunikasi menggunakan aplikasi pesan instan. Tim mendampingi pedagang dalam menerapkan pencatatan keuangan, membuat promosi digital, menjalankan kegiatan kelompok, serta mengatasi kendala yang muncul selama pelaksanaan. Pendampingan juga digunakan untuk memfasilitasi komunikasi antara pedagang dan pihak lain, seperti pemasok, koperasi, BUMDes, kelompok tani, atau lembaga keuangan. Pengurus kelompok dipersiapkan agar mampu melanjutkan kegiatan secara mandiri setelah program selesai.

Monitoring dan evaluasi dilakukan selama program berlangsung melalui observasi, wawancara, dokumentasi, kuesioner, serta penilaian hasil praktik. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan pengetahuan dan keterampilan peserta sebelum dan sesudah kegiatan. Perubahan pengetahuan diukur menggunakan *pre-test* dan *post-test*, sedangkan perubahan keterampilan dinilai melalui kemampuan membuat pembukuan, katalog digital, dan rencana kerja kelompok. Evaluasi program berbasis komunitas perlu memperhatikan proses partisipasi, hasil kegiatan, perubahan perilaku, serta keberlanjutan program setelah pendampingan berakhir (Pervilhac et al., 2025).

Keberhasilan program ditunjukkan oleh meningkatnya kemampuan pedagang dalam mengelola keuangan, memanfaatkan media digital, memberikan pelayanan kepada konsumen, dan menjalankan kegiatan usaha secara kolektif. Indikator lainnya mencakup terbentuknya kelompok pedagang yang aktif, terlaksananya pembelian atau promosi bersama, serta terjalinnya komunikasi dan kerja sama dengan mitra eksternal. Rangkaian kegiatan tersebut diharapkan dapat membentuk komunitas pedagang Pasar Sirahan yang lebih mandiri, terorganisasi, adaptif, dan berdaya saing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Asesmen Kebutuhan Pedagang Pasar Sirahan

Kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan wawancara mendalam kepada delapan pedagang senior serta pengurus paguyuban Pasar Sirahan. Asesmen dilakukan untuk

memperoleh gambaran mengenai pengelolaan usaha, distribusi komoditas, pemasaran, dan hubungan pedagang dengan pemasok. Hasil asesmen menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang masih menjalankan usaha dalam skala mikro secara mandiri dengan pola pengelolaan yang sederhana.

Tiga persoalan utama ditemukan pada tahap ini. Pertama, pembelian barang dilakukan secara individual dalam jumlah relatif kecil sehingga pedagang belum memiliki daya tawar yang kuat terhadap pemasok. Kedua, sebagian besar pedagang belum melakukan pencatatan keuangan secara rutin. Pedagang umumnya hanya memperkirakan keuntungan berdasarkan jumlah uang tunai yang tersisa tanpa menghitung modal, biaya transportasi, kerusakan barang, dan pengeluaran lainnya. Ketiga, kegiatan pemasaran masih bersifat pasif karena pedagang hanya menunggu konsumen datang ke pasar.

Asesmen juga menemukan potensi yang dapat dikembangkan. Pasar Sirahan memiliki pasokan sayuran, ikan air tawar, ayam kampung, dan telur yang berasal dari wilayah Pulokulon dan daerah sekitarnya. Ketersediaan komoditas secara rutin serta hubungan yang telah terbentuk antara pedagang dan pemasok menjadi modal awal untuk mengembangkan pembelian kolektif dan pemasaran bersama.

Temuan tersebut digunakan untuk menyusun materi kegiatan agar sesuai dengan kebutuhan nyata pedagang. Pelibatan mitra sejak proses identifikasi masalah merupakan bagian penting dari pendekatan *Participatory Rural Appraisal*. Pendekatan ini memungkinkan masyarakat menyampaikan persoalan berdasarkan pengalaman mereka sendiri sehingga program tidak hanya didasarkan pada asumsi tim pelaksana (Sunarto et al., 2023).

Peningkatan Kapasitas Pedagang

Workshop peningkatan kapasitas dilaksanakan selama satu hari menggunakan metode ceramah interaktif, diskusi, simulasi, dan praktik langsung. Materi kegiatan terdiri atas literasi keuangan, kemitraan usaha, dan pemasaran digital sederhana. Metode praktik dipilih agar peserta tidak hanya memahami materi, tetapi juga dapat mencoba keterampilan yang sesuai dengan kegiatan usaha mereka.

Pada sesi literasi keuangan, peserta berlatih mencatat pemasukan dan pengeluaran, memisahkan modal usaha dari uang rumah tangga, mengelola arus kas, serta menghitung laba-rugi sederhana. Sebagian besar peserta mengakui bahwa kegiatan tersebut merupakan pengalaman pertama mereka melakukan pencatatan secara teratur. Sebelum mengikuti pelatihan, transaksi hanya diingat atau dihitung berdasarkan uang yang masih tersedia pada akhir kegiatan perdagangan.

Setelah praktik, peserta mulai memahami bahwa jumlah uang tunai yang dimiliki belum tentu menunjukkan keuntungan usaha. Pencatatan membantu pedagang mengetahui biaya kulakan, transportasi, barang rusak, hasil penjualan, dan keuntungan bersih. Perubahan pemahaman tersebut penting karena literasi keuangan dan kemampuan menggunakan informasi keuangan berhubungan dengan pengambilan keputusan serta kinerja UMKM (Sholihah et al., 2023).

Sesi kemitraan usaha membahas konsep *collective buying* atau pembelian bersama. Peserta membandingkan biaya pembelian individual dengan pembelian dalam jumlah lebih besar. Simulasi menunjukkan bahwa pembelian bersama dapat menurunkan biaya transportasi dan membuka peluang memperoleh harga yang lebih baik dari pemasok.

Peserta kemudian mendiskusikan jadwal pemesanan, pembagian biaya, jumlah kebutuhan setiap anggota, dan mekanisme distribusi barang. Diskusi tersebut menghasilkan kesepakatan awal untuk menguji pembelian bersama berdasarkan kelompok komoditas. Hasil ini menunjukkan bahwa pedagang sebenarnya memiliki kemauan bekerja sama, tetapi sebelumnya belum tersedia wadah dan mekanisme yang jelas. Tindakan kolektif dapat

memperkuat akses pasar dan posisi tawar apabila didukung oleh kemampuan pengelolaan kelompok serta partisipasi aktif anggota (Permadi & Winarti, 2025).

Pelatihan pemasaran digital menggunakan aplikasi yang telah dikenal peserta, yaitu WhatsApp, Facebook Marketplace, dan grup jual beli lokal. Peserta mempraktikkan pengambilan foto produk, penulisan deskripsi, pencantuman harga, pembuatan katalog sederhana, dan penyebaran informasi melalui status WhatsApp. Penggunaan aplikasi yang sudah akrab membuat peserta lebih mudah mengikuti kegiatan dibandingkan apabila langsung diarahkan menggunakan platform perdagangan yang lebih kompleks.

Kegiatan tersebut mengubah pandangan peserta bahwa pemasaran tidak selalu harus dilakukan dengan menunggu konsumen datang ke pasar. Media digital dapat digunakan sebagai saluran tambahan untuk memberi informasi mengenai ketersediaan, harga, dan kualitas produk. Digitalisasi pasar tradisional tetap memerlukan pendampingan, motivasi pedagang, serta dukungan kelompok agar penggunaan teknologi tidak berhenti setelah pelatihan selesai (Suyatna et al., 2026).

Pembentukan Kelompok Kemitraan Pedagang

Program menghasilkan dua kelompok kemitraan berdasarkan kesamaan komoditas. Kelompok pertama adalah Kelompok Pedagang Protein Lokal yang beranggotakan pedagang ikan, ayam, dan telur. Kelompok ini dibentuk untuk mengoordinasikan kebutuhan stok, bertukar informasi harga pemasok, serta membantu anggota ketika mengalami kekurangan barang.

Kelompok kedua adalah Kelompok Pedagang Sayur-Mayur yang terdiri atas pedagang sayuran, cabai, bawang, rempah-rempah, dan hasil pertanian lainnya. Kegiatan kelompok diarahkan pada pertukaran informasi harga, koordinasi distribusi, pembelian bersama, dan penyusunan promosi kolektif. Setiap kelompok memilih ketua, sekretaris, dan bendahara melalui musyawarah. Grup WhatsApp juga dibentuk sebagai media komunikasi dan koordinasi antaranggota.

Pembentukan kelompok menjadi hasil penting karena pola usaha pedagang sebelumnya cenderung individual. Kelompok memberikan ruang bagi anggota untuk menggabungkan pengetahuan, jaringan, dan sumber daya yang sebelumnya tersebar. Kemampuan individu dapat berkembang menjadi kemampuan kolektif ketika anggota memiliki tujuan, pembagian peran, dan kegiatan bersama yang jelas (Pratiyudha et al., 2022). Keberadaan pengurus dan media komunikasi juga menjadi dasar agar kegiatan kelompok dapat dilanjutkan setelah program pengabdian selesai.

Pendampingan dan Evaluasi Program

Pendampingan dilaksanakan sebanyak dua kali dalam satu bulan setelah workshop. Pendampingan pertama difokuskan pada penyusunan mekanisme pembelian bersama dan penerapan pembukuan sederhana. Tim membantu anggota menentukan jenis barang, jumlah pesanan, pembagian biaya transportasi, serta pencatatan transaksi kelompok.

Pendampingan kedua digunakan untuk mengevaluasi konsistensi pencatatan keuangan, aktivitas grup WhatsApp, pemasaran digital, dan kerja sama antaranggota. Hasil monitoring menunjukkan bahwa 85% peserta mulai mencatat pemasukan dan pengeluaran, meningkat dari kondisi awal sebesar 30%. Dua kelompok juga telah melaksanakan satu kali pembelian kolektif dari pemasok di Semarang. Kelompok Pedagang Sayur-Mayur mulai menyusun dan membagikan katalog produk melalui WhatsApp.

Tabel 1. Perubahan Kondisi Pedagang Setelah Program

Indikator	Kondisi awal	Kondisi akhir	Capaian
Pencatatan keuangan	30% pedagang memiliki catatan keuangan	85% pedagang rutin mencatat pemasukan dan pengeluaran	Meningkat 55 poin persentase
Pelaksanaan	Belum terdapat pembelian	Dua kelompok telah melakukan	Terlaksananya kerja

Indikator	Kondisi awal	Kondisi akhir	Capaian
kemitraan	kolektif	satu kali pembelian kolektif dari pemasok di Semarang	sama pembelian
Pemasaran bersama	Promosi dilakukan secara individual	Kelompok Pedagang Sayur-Mayur membagikan katalog bersama melalui WhatsApp	Terlaksananya promosi kelompok

Peningkatan sebesar 55 poin persentase memperlihatkan adanya perubahan awal dalam kebiasaan pengelolaan keuangan. Meskipun demikian, pencatatan yang dilakukan masih perlu dipantau agar menjadi kebiasaan tetap dan bukan hanya dilakukan selama masa pendampingan. Hal yang sama berlaku pada pembelian kolektif. Satu kali pelaksanaan belum cukup untuk menunjukkan keberlanjutan kemitraan, tetapi menjadi bukti awal bahwa kesepakatan kelompok dapat diterapkan dalam kegiatan usaha.

Perubahan juga terlihat pada cara pedagang memandang pemasaran. Penggunaan katalog WhatsApp menunjukkan bahwa teknologi sederhana lebih mudah diterima ketika langsung dikaitkan dengan kebutuhan penjualan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Suyatna et al. (2026) yang menunjukkan bahwa digitalisasi pasar tradisional lebih berpeluang bertahan apabila dilaksanakan secara kolektif dan didukung oleh pendampingan yang konsisten.

Secara keseluruhan, program tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta, tetapi juga menghasilkan perubahan pada praktik usaha dan hubungan antaranggota. Pencatatan keuangan menunjukkan perubahan pada tingkat individu, sedangkan pembelian serta pemasaran bersama menunjukkan perubahan pada tingkat kelompok. Evaluasi program berbasis komunitas memang perlu memperhatikan perubahan pengetahuan, perilaku, partisipasi, kelembagaan, dan keberlanjutan, bukan hanya jumlah kegiatan yang telah dilaksanakan (Pervilhac et al., 2025).

Keterbatasan program terletak pada waktu pendampingan yang relatif singkat sehingga dampak terhadap omzet, keuntungan, dan keberlanjutan kelompok belum dapat diukur dalam jangka panjang. Evaluasi lanjutan diperlukan untuk mengetahui konsistensi pencatatan, frekuensi pembelian kolektif, perkembangan pemasaran digital, serta manfaat ekonomi yang diterima anggota.

SIMPULAN

Program pengabdian berhasil meningkatkan kapasitas awal pedagang Pasar Sirahan dalam pengelolaan keuangan, kemitraan usaha, dan pemasaran digital. Persentase pedagang yang melakukan pencatatan keuangan meningkat dari 30% menjadi 85%. Program juga menghasilkan dua kelompok kemitraan, yaitu Kelompok Pedagang Protein Lokal dan Kelompok Pedagang Sayur-Mayur. Kedua kelompok telah melakukan satu kali pembelian kolektif, sedangkan Kelompok Pedagang Sayur-Mayur mulai menjalankan promosi bersama melalui WhatsApp. Pelibatan pedagang sejak asesmen hingga evaluasi membuat kegiatan lebih sesuai dengan permasalahan yang mereka hadapi. Pendampingan juga mendorong perubahan pola usaha yang semula individual menuju kerja sama yang lebih terorganisasi. Keberlanjutan program perlu diperkuat melalui pertemuan kelompok secara rutin, konsistensi pencatatan keuangan, peningkatan frekuensi pembelian bersama, dan pengembangan kemitraan dengan pemasok, koperasi, BUMDes, pemerintah desa, serta lembaga keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6), 156. <https://doi.org/10.3390/economies11060156>

- Andini, D., Kusnandar, H. F., & Putra, R. S. (2026). *DIGITALISASI EKONOMI LOKAL DAN TRANSFORMASI PASAR TRADISIONAL INDONESIA*. PT. Penamuda Media.
- Ario, F. (2025). *Perilaku Konsumen dalam Gig Economy dan Platform Digital*. Serasi Media Teknologi.
- BPS Kabupaten Grobogan. (2026). *Kabupaten Grobogan Dalam Angka 2026*.
- Chatra, A., Dirna, F. C., Alhakim, R., Pujiriyani, D. W., Rosardi, R. G., Maulinda, I., Octaviani, T., Elfitra, Hudang, A. K., Latif, E. A., & Juansa, A. (2024). *Potensi dan Sektor Unggulan Ekonomi Desa*. Star Digital Publishing.
- Fitria, N., Hasimi, D. M., & Malik, A. (2025). Eksistensi modal sosial pedagang pasar tradisional terhadap kesejahteraan dalam perspektif ekonomi Islam. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 5(1), 161–172. <https://doi.org/10.53088/jerps.v5i1.1691>
- Haerani, Y., Ana, Anwar, T. S. R., Zumrach, D. R. A., Zainuddin, A., Prianto, J., Kitabi, F., Ilham, Saipul, Muh., Aprianti, A., & Apriani. (2026). Keterbatasan Modal dan keberlangsungan UMKM Kuliner. *Birokrasi: JURNAL ILMU HUKUM DAN TATA NEGARA*, 4(1), 297–313. <https://doi.org/10.55606/birokrasi.v4i1.2584>
- Hartanto, B. (2025). Article History Potensi Pasar Tradisional dalam Memajukan Ekonomi Lokal: Studi Kasus Pada Pasar Haji Sani Delta Pawan, Ketapang Bendy Hartanto. *Sunan Kalijaga Islamic Economics Journal*, 4. <https://doi.org/10.14421/skiej.2025.4.1.2689>
- Ife, J. W., & Tesoriero, F. A. (2002). *Community Development: Community-based alternatives in an age of globalisation*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:152913513>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Harlow : Pearson. Education Limited. .
- Loupatty, L. G., Lopulalan, A. Q., Wattimena, T., Lona, D. G., & Riry, W. D. (2026). Penguatan Citra Pasar Mardika Ambon sebagai Pasar Tradisional Modern melalui Revitalisasi Lingkungan Pasar dalam Upaya Meningkatkan Kenyamanan, Kepercayaan dan Penerimaan Retribusi Daerah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 5(1), 1847–1861. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7509>
- Marfudin, Arifin, N. S., & Monika. (2026). Potensi Pasar Tradisional Di Tengah Persaingan Pasar Digital: Studi Pada Pasar Suka Mukti Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir. *JOVISHE : Journal of Visionary Sharia Economy*, 5.
- Permadi, R., & Winarti, L. (2025). Enhancing Market Access for Smallholder Farmers in Indonesia: The Role of Managerial Capacity and Member Motivation in Collective Action within Farmer Groups. *Agris On-Line Papers in Economics and Informatics*, 17(4), 101–115. <https://doi.org/10.7160/aol.2025.170408>
- Pervilhac, C., Venkatasubramanian, A., Mpanju-Shumbusho, W., & Barriere-Constantin, L. (2025). Accelerating Community Engagement: Measuring Results. *International Journal of Public Health*, 70. <https://doi.org/10.3389/ijph.2025.1608499>
- Pratiyudha, P. P., Kafaa, K. A., Farransahat, M., & Suyatna, H. (2022). Collective Capability in Urban Community Empowerment: Analysis of Kelompok Usaha Bersama in Yogyakarta City. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 6(2), 155–180. <https://doi.org/10.14421/jpm.2022.062-02>
- Rohwiyati. (2026). PERAN BUMDES DAN KOPERASI DALAM MEMPERLUAS PEMASARAN KULINER KHAS GUNUNGKIDUL. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 24.
- Setyawan, A. A., Desembrianita, E., Santoso, M. H., Syahril, & Kalalo, R. R. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 1494–1503. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1769>

- Sholihah, E., Nurhapsari, R., & Rohmania, A. S. (2023). The Role of Literacy and Government Support in Improving MSME Performance Through Digital Financial Services Adoption and Financial Inclusion. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 27(3), 424–436. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v27i3.11147>
- Dunggio, S. (2025). STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL PELAKU UMKM PEREMPUAN DALAM MEMPERLUAS PASAR DI ERA EKONOMI DIGITAL. *Proceeding of The 5th ASPIKOM International CommunicationConference (AICCON 2025)*, 1(1), 569–574. <https://doi.org/10.31947/aiccon2025.v1i1.47673>
- Sunarto, S., Suparji, S., Suharto, A., Fernanda, A. R., & Zakinah, N. (2023). Pemanfaatan Metode Participatory Rural Appraisal untuk Kesiapsiagaan Kapasitas Desa Tangguh Bencana dalam Pengurangan Risiko Bencana di Desa Jajar Kartoharjo dan Desa Genilangit Poncol Magetan. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(2), 571–582. <https://doi.org/10.54082/jamsi.483>
- Suyatna, H., Abdallah Kafaa, K., Farid Budiono, M., Mashita Firdaus, R. S., & Ari Wibowo, I. (2026). Digitalising Traditional Markets: Challenges and Opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 29(3), 265. <https://doi.org/10.22146/jsp.104248>
- Tasaka, R., Ermawati, L., & Rosilawati, D. W. (2026). Analisis Dampak Fluktuasi Harga Sayuran Terhadap Pendapatan Pedagang Sayuran di Pasar Jatimulyo Lampung Selatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 9.
- Utami, A. T. (2025). Integrasi Pasar Rakyat dengan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif: Model Kebijakan Strategis untuk Revitalisasi Ekonomi Lokal. *PAMARENDA: Public Administration and Government Journal*, 5(1), 1–18. <https://doi.org/10.52423/pamarenda.v5i1.99>
- Utami, S. P., Laut, L. T., & Prakoso, J. A. (2024). Multiplier Effect Pengembangan Wisata Pasar Papringan Ngadiprono Desa Ngadimulyo Kecamatan Kedu terhadap Kondisi Ekonomi Masyarakat. *Indonesian Journal of Tourism Business and Entrepreneurship*, 1(1), 40–54. <https://doi.org/10.31002/ijtbe.v1i1.1465>
- Wibawa, S., Mashita Firdaus, R. S., Indroyono, P., Dumairy, & Savitri, L. A. (2024). Preserving Traditional Market in Indonesia Based on the New Public Governance Perspective. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 15(1), 1–14. <https://doi.org/10.4018/IJABIM.349223>