

**PENDAMPINGAN DAN OPTIMALISASI JUAL BELI BERBASIS ONLINE PADA
PEDAGANG PASAR MALAM DI KOTA PALANGKA RAYA**

**Muzalifah¹, Musyarapah², ST Rahmah³, Rahmawati⁴, Vita Yudi Saputra⁵, Spto
Pamungkas⁶**

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya

muzalifah@iain-palangkaraya.ac.id¹, musyarapah@iain-palangkaraya.ac.id²,
sitirahmah16@gmail.com³, rahmawati.01pky@gmail.com⁴, fitayudisaputra@gmail.com⁵,
spto.pamungkas@iain-palangkaraya.ac.id⁶

Abstrak

Pasar malam merupakan tulang punggung perekonomian masyarakat kelas menengah kebawah yang perlu menjadi perhatian oleh stakeholder terkait. Perhatian tersebut dapat dalam bentuk pendampingan dan optimisasi eksistensi pasar melalui jual beli online sebagaimana yang dilakukan oleh tim pengabdian Prodi Magister Ekonomi Syariah IAIN Palangka Raya pada salah satu pasar malam di Kota Palangka Raya. Pendekatan yang digunakan dalam pengabdian ini adalah Participatory action research (PAR). Adapun hasil pengabdian menyimpulkan bahwa terdapat beberapa kesulitan yang dihadapi pedagang ketika melaksanakan jual beli online sehingga diperlukan pendampingan agar omset mereka meningkat, diantaranya perangkat elektronik seperti hand phone yang belum memiliki akses internet, proses transaksi online ribet, uang tidak bisa langsung diterima, dan enggan meninggalkan kebiasaan lama (tawar menawar). Sementara upaya pendampingan yang dilakukan yaitu memberikan buku saku belanja online, memberikan layanan dalam bentuk bimbingan face to face kepada pedagang yang terkendala dalam melakukan transaksi online, membuat catatan keluhan pedagang ketika melakukan jual beli online untuk ditindaklanjuti, dan membuka konseling terkait bagaimana cara membuat dan mendesain website yang menarik sehingga memiliki nilai jual, mudah di akses dan dapat dijangkau oleh semua kalangan
Kata Kunci: Pasar Malam, Pasar Tradisional, Jual Beli Online

Abstract

The night market is the backbone of the economy of the middle to lower class society which needs to be considered by relevant stakeholders. This attention can be in the form of assistance and optimizing market existence through online buying and selling as was done by the Devotion Team of the Islamic Economics Masters Study Program IAIN Palangka Raya at one of the night markets in Palangka Raya City. The approach used in this service is Participatory Action Research (PAR). The results of the dedication concluded that there were several difficulties faced by traders when carrying out online buying and selling so that assistance was needed so that their turnover increased, including electronic devices such as mobile phones that did not have internet access, the online transaction process was complicated, money could not be received directly, and they were reluctant to leave old habits (bargaining). While the assistance efforts carried out are providing online shopping pocket books, providing services in the form of face to face guidance to merchants who are constrained in conducting online transactions, making notes of merchant complaints when buying and selling online to be followed up, and opening counseling related to how to make and designing an attractive website so that it has selling points, is easy to access and can be reached by all groups
Keywords: Night Market, Traditional Market, Buying and Selling Online

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu dari negara berkembang yang dihadapkan pada dua pilihan rumit, yaitu antara memajukan ekonomi atau mengendalikan infeksi Covid-19. Hal tersebut menjadikan Indonesia sulit untuk melompat lebih jauh sebagaimana negara-negara maju seperti Korea Selatan. Korea Selatan dalam hal ini memanfaatkan teknologi seperti seluler sebagai batu loncatan untuk menghadapi krisis ekonomi yang disebabkan oleh pandemi. Literasi teknologi dalam hal ini dapat membantu pertumbuhan ekonomi khususnya Indonesia.¹

Pandemi telah melanda di seluruh sendi kehidupan ekonomi di seluruh dunia tanpa terkecuali di Indonesia. Pandemi telah membuat perekonomian ambruk, dampak tersebut tidak hanya dirasakan oleh pemilik modal besar maupun yang kecil. Pandemi yang melanda perekonomian masyarakat terutama pada sektor riil. Salah satunya yaitu pelaku pasar tradisional maupun modern. Pasar modern yang mungkin dapat bangkit karena ditopang oleh modal yang cukup besar dan hal ini berbeda dengan pasar tradisional yang hanya mampu bertahan dengan modal seadanya. Oleh karena itu bukan tidak menutup kemungkinan akan gulung tikar. Tanpa bantuan atau uluran tangan dari stakeholder akan sulit menghadapi krisis ekonomi yang disebabkan oleh pandemi.²

Jauh dari sebelum pandemi datang pasar tradisional sudah mengalami dilematis yaitu karena banyaknya pasar-pasar modern yang berdiri tegak di antara pasar tersebut. Permasalahan tersebut melanda semua lapisan masyarakat tanpa terkecuali pelaku pasar di kalangan atas, menengah, maupun bawah. Oleh karena itu salah satu bentuk dari kepedulian tim pengabdian yaitu untuk terlibat langsung dalam memberikan kontribusi peningkatan ekonomi khususnya bagi perekonomian menengah ke bawah agar tetap eksis.³

Pasar tradisional di Kota Palangkaraya pada khususnya, tidak dapat lepas dari pengaruh globalisasi ekonomi. Pengaruh tersebut mempengaruhi eksistensi pasar tradisional, terutama oleh toko-toko modern yang berdiri tidak jauh dari pasar tersebut. Pemerintah telah mengatur dalam sebuah regulasi agar pasar tradisional tetap eksis, namun regulasi saja tidak cukup. Oleh karena itu perlu campur tangan stakeholder yang dalam hal ini pemerintah maupun masyarakat untuk sama-sama mendukung eksistensi pasar tradisional.

Selain dari regulasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah, pengelolaan terhadap pasar tradisional juga mempengaruhi eksistensi dari pasar tersebut. Dalam pengabdian kali ini, pengertian tidak fokus kepada bagaimana mengelola pasar tradisional. Fokus pengabdian

¹ Darynaufal Mulyaman and Ardhi Arsala Rahmani, "Renewing the Leapfrog Vision for Indonesia in the Post-Pandemic Order," *The Habibie Center* (Jakarta, May 2021), www.habibiecenter.or.id.

² Akrim dkk, Book Chapter: Covid-19 & Kampus Merdeka di Era Now Normal ditinjau dari Prespektif Ilmu Pengetahuan, Medan: UNSU PRESS, 2020, 11

³ Rhenald Kasali, *Membebaskan Belenggu-belenggu untuk Mareih Keberanian dan Keberhasilan dalam Pembeharan*, Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama, 2007, 40

diarahkan kepada bagaimana agar pasar tradisional dapat eksis melalui pendampingan dan optimalisasi jual berbasis online. Dalam hal ini tim pengabdian akan memberikan sajian yang menarik untuk mempromosikan pasar tradisional tidak hanya di skala nasional namun juga pada skala internasional. Oleh karena itu, dalam pengabdian kali ini tim pengabdian akan menggunakan bahasa internasional sebagai bahasa monolog untuk menceritakan atau mendeskripsikan fakta yang tim pengabdian temukan di lapangan pada sebuah video yang akan ditayangkan pada akun resmi YouTube tim pengabdian.

Banyak bentuk-bentuk pengabdian yang telah dilakukan oleh pengabdian terdahulu, terutama pada pasar tradisional. Berapa dari tim tersebut melakukan pengabdian bagaimana cara mengelola pasar tradisional dengan baik agar mampu bersaing dengan pasar modern. Tim pengabdian belum menemukan adanya bentuk pendampingan pengabdian yang sifatnya memanfaatkan online shop sebagai sarana untuk mempromosikan produk pasar tradisional di mata internasional. Bentuk pengabdian seperti ini tidak hanya bermanfaat bagi eksistensi pasar tradisional itu sendiri namun juga bermanfaat bagi pemerintah Indonesia pada khususnya dalam hal mempromosikan budaya yang ada di Indonesia khususnya budaya yang terdapat pada pasar tradisional seperti budaya tawar-menawar. Media sosial seperti YouTube dalam hal ini telah banyak digunakan oleh para *youtuber* untuk mempromosikan maupun menyampaikan gagasan dan pemikiran untuk didengar dan dilihat oleh orang lain yang bermanfaat terhadap eksistensi pasar tradisional di dunia nyata maupun di dunia maya.

Tawar-menawar yang terdapat pada pasar tradisional merupakan salah satu bentuk dari transaksi dalam ekonomi syariah. Tawar-menawar yaitu salah satu bentuk akad dalam sistem ekonomi Islam atau syariah yang mengutamakan kesepakatan bersama dari para pembeli dan juga penjual. Dalam hal ini antara penjual dan pembeli tidak merasa dirugikan karena dapat melaksanakan atau melakukan penawaran sesuai dengan yang dikehendaki oleh masing-masing pihak tersebut.⁴ Selain adanya konsep tawar-menawar salah satu bentuk moderasi beragama yang sangat penting untuk ditunjukkan terutama kepada warga negara Indonesia yang terjadi pada pasar tradisional. Pada pasar tradisional pembeli maupun penjual atau juga konsumen dalam hal ini bebas melakukan transaksi tanpa melihat agama, suku, budaya dan juga pendidikan. Moderasi beragama justru sangat terlihat pada pasar tradisional, tidak ada perbedaan di antara pedagang maupun penjual. Siapapun bebas perdagangan bebas belanja dan bebas melakukan aktivitas transaksi tanpa ada larangan ataupun bentuk intervensi apapun. Karena itu pasar tradisional sangat penting untuk dilestarikan, tanpa terkecuali pasar tradisional yang ada di kota Palangkaraya.

⁴ Istijabatul Aliyah, Pasar Tradisional: Kebertahanan Pasar dalam Konstelasi Kota, Yayasan Kita Menulis, kitamenulis.id, 2020, 1

KERANGKA TEORITIS

A. Online Shop

Perkembangan teknologi dan internet saat ini telah memberikan banyak kemudahan bagi kehidupan masyarakat modern.⁵ Tidak hanya dari sektor teknologi, perkembangan pesat ini juga terjadi pada sektor ekonomi. Di Indonesia sendiri, sektor ekonomi saat ini sedang naik daun karena munculnya berbagai aplikasi belanja online yang biasa disebut dengan e-commerce atau marketplace yang dapat memudahkan masyarakat untuk berbelanja. Menurut laporan riset dari “The state of e-commerce app marketing 2022”, Indonesia merupakan salah satu negara dengan angka belanja digital terbesar di urutan ketiga setelah Brazil dan India. Hal ini juga dipengaruhi oleh peningkatan jumlah penginstalan aplikasi mobile Android yang meningkat sebesar 70% pada periode Januari 2020 hingga Juli 2022. Laju pertumbuhan pengguna marketplace juga terus meningkat pesat di masa pandemi, karena aktivitas masyarakat lebih banyak dihabiskan di rumah.

Marketplace kini sudah menjadi bagian yang penting dalam penjualan online di berbagai belahan dunia⁶, termasuk Indonesia. Alasan utamanya adalah karena berbagai fitur yang tersedia di marketplace terbukti dapat memudahkan dan membantu masyarakat dalam berbelanja dan bertransaksi dengan lebih cepat dan aman. Bagi yang tertarik untuk mencoba berbisnis lewat online, maka sekarang adalah waktu yang paling tepat untuk mencobanya. Tapi sebelum benar-benar terjun ke dunia marketplace, hendaknya terlebih dahulu menyiapkan waktu, tenaga, dan pikiran yang tidak sedikit agar traffic penjualan dapat maksimal dan terus meningkat sedikit demi sedikit.

Dunia teknologi kini semakin berkembang dengan pesat di Indonesia. Tak heran jika ada banyak startup e-commerce yang muncul dan berlomba-lomba dalam menjual produk-produk yang dimiliki dengan berbagai keunggulan masing-masing. Saat ini sendiri sudah ada banyak masyarakat Indonesia yang memilih membeli secara online melalui website belanja online terbaik ketimbang harus mendatangi toko secara langsung. E-commerce hadir untuk memberikan wadah bagi seorang penjual dengan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli secara online dengan mudah dan cepat. Untuk melakukannya, seorang pembeli hanya memerlukan salah satu dari beberapa jenis perangkat seperti smartphone, laptop, tab, dan lainnya.⁷

Di Indonesia sudah tersedia banyak toko belanja online yang dapat saja membuat bingung mau memilih yang mana. Terlebih beberapa toko belanja online tersebut sudah dalam bentuk

⁵ Kasiyanto Kasemin, Agresi Perkembangan Teknologi Informasi: Sebuah Bunga Rampai Hasil Pengkajian dan Pengembangan Penelitian tentang Perkembangan Teknologi Informasi, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015, 7

⁶ Didin Hadi Saputra dkk, Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah, Yayasan Kita Menulis, kitamenulis.id, 2020, 1

⁷ Ekna Satriyati dkk, 2021, Pola Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia di Era Pandemi Covid-19, Malang: Literasi Nusantara, 2021, 47.

aplikasi yang menyediakan berbagai fitur yang lengkap. Kebanyakan orang memang sudah pernah melakukan transaksi atau berbelanja secara online. Selain karena lebih mudah dan praktis, juga dapat mendapatkan harga yang jauh lebih murah.

B. Toko Online Di Indonesia

Istilah toko online di Indonesia bisa merujuk pada situs yang memfasilitasi penjual untuk berdagang tanpa harus memiliki situs sendiri. Sebagai salah satu pusat pengembangan e-commerce di Asia Tenggara, Indonesia memiliki banyak toko online yang dapat menampung penjual dan pembeli dalam satu platform besar sehingga memudahkan proses transaksi.⁸

Perkembangan toko online atau online shop dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu: jumlah pengguna internet yang terus bertambah, kemacetan lalu lintaa, trend belanja online internasional meningkat, akses internet mudah dan murah, memiliki fitur alternatif pembayaran, harga yang kompetitif, dan sistem pengiriman barang yang baik.⁹ Beberapa toko online di Indonesia antara lain:

1. Tokopedia

Tokopedia adalah *platform* toko online Indonesia dengan misi mencapai pemerataan ekonomi secara digital. Sejak didirikan pada tahun 2009, Tokopedia telah menjelma menjadi unicorn yang berpengaruh tidak hanya di Indonesia tetapi juga di Asia Tenggara. Sebagai salah satu toko online terpopuler, Tokopedia juga mendukung Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) maupun perorangan untuk mengembangkan usahanya dengan memasarkan produknya secara online bersama pemerintah dan pihak terkait lainnya.

Tokopedia Urutan pertama marketplace dengan pengguna terbesar di Indonesia ini diduduki oleh aplikasi asli Indonesia, yaitu Tokopedia yang berhasil mengumpulkan kurang lebih 147 juta pengguna pada kuartal 2 tahun 2022. Aplikasi yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison ini memperoleh jumlah kenaikan pengguna secara drastis, karena dianggap memiliki berbagai strategi marketing yang bagus dan mampu memikat banyak orang. Beragamnya pilihan produk yang tersedia, adanya berbagai fitur yang memudahkan penggunaanya dalam berbelanja, dan strateginya mengundang bintang-bintang populer dari Korea Selatan yang tengah digandrungi masyarakat, menjadi beberapa alasan yang berhasil mendongkrak popularitas aplikasi ini.

2. Shopee

Shopee adalah salah satu *platform eCommerce* terkemuka di Asia Tenggara, Taiwan, dan Brasil. Diluncurkan pada tahun 2015, Shopee menawarkan pengalaman belanja online dengan

⁸ M. Hilmi Masruri dan Java Creativity, *Membangun Toko Online dengan Joomla & J2Store*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015, 1.

⁹ Wahana Komputer, *Membangun Toko Online Multiproduk dengan WordPress dan WooCommerce*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014, 2

berbagai pilihan produk, komunitas sosial, dan layanan pemenuhan kebutuhan praktis bagi pengguna internet di seluruh wilayah. Shopee selalu percaya bahwa belanja online harus dapat diakses dan mudah serta menyenangkan untuk dilakukan. Ini adalah bagian dari visi yang ingin disampaikan Shopee di platformnya, setiap hari.

Shopee Urutan kedua diduduki oleh pesaing terberat Tokopedia, yaitu Shopee yang merupakan sebuah marketplace asli Singapura. Sebagai platform belanja online yang sangat populer, Shopee tercatat memiliki jumlah kunjungan sebanyak 127 juta pada kuartal pertama tahun 2022. Walaupun peringkatnya masih kalah dibandingkan Tokopedia, tapi Shopee tetap menjadi salah satu marketplace yang sangat diperhitungkan oleh masyarakat, karena harganya yang terjangkau, dan pilihan promonya yang sangat memanjakan para penggunanya.

3. Bukalapak.com

Bukalapak Perusahaan lawas yang berdiri tahun 2010 ini masih mampu bertahan dan menjadi salah satu marketplace terbesar di Indonesia. Bukalapak ini lebih fokus pada penjualan produk UMKM di Indonesia. Sejak tahun 2017 sampai tahun ini, Bukalapak sudah berhasil memiliki mitra usaha yang bertujuan untuk mendigitalisasi banyak warung kecil di seluruh Indonesia, yaitu sebanyak 56 persen. Saat ini, Bukalapak terus berusaha menggandeng banyak pihak swasta maupun pemerintahan untuk semakin mengembangkan bisnisnya. Meskipun tidak sepopuler Tokopedia atau Shopee, Bukalapak tetap menjadi aplikasi yang dapat diperhitungkan jika tertarik untuk berjualan online.

Bukalapak merupakan *platform* toko online yang berbasis di Indonesia dan telah beroperasi sejak 2010, dengan tujuan menawarkan layanan online dan offline kepada mitra dan penggunanya untuk menciptakan “*Ekonomi yang Adil untuk Semua*”. Melalui perkembangan dan inovasi teknologi, Bukalapak selalu berupaya untuk mengatasi keterbatasan yang ada dan mengubahnya menjadi peluang terbaik yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Aplikasi Bukalapak memiliki menawarkan *interface* yang sangat sederhana. Seperti beberapa aplikasi belanja *online* terbaik sebelumnya, ada banyak metode pembayaran yang disediakan oleh Bukalapak. Tentu semua metode itu aman untuk digunakan. Kalau tidak terlalu suka UI yang ribet dan mungkin cocok dengan aplikasi ini.

4. Lazada

Didirikan pada tahun 2012, Lazada adalah salah satu *platform eCommerce* terkemuka di kawasan Asia Tenggara. Dengan hadir di enam negara – Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam, Lazada menghubungkan kawasan yang luas dan beragam ini melalui teknologi, logistik, dan kemampuan pembayaran. Saat ini, Lazada memiliki pilihan merek dan penjual terbesar, dan pada tahun 2030, bertujuan untuk melayani lebih dari 300 juta pelanggan. Pada tahun 2016, Lazada menjadi unggulan regional Grup Alibaba, dan didukung penuh oleh infrastruktur teknologi terbaik di kelasnya Alibaba.

Lazada terbilang lebih selektif dalam memilih penjual yang dapat berjualan di sana. Aplikasi ini bahkan pernah memperoleh penghargaan dalam kategori Best Online Shop App di Indonesia Cellular Award 2015. Selain metode pembayaran yang aman, ada garansi uang kembali jika tidak puas dengan produk yang dibeli. Lazada salah satu marketplace milik perusahaan Alibaba Group, yaitu Lazada yang didirikan tahun 2011 lalu. Baca buku sepuasnya di Gramedia Digital Premium Sampai tahun 2022, Lazada Indonesia sudah mengalami pertumbuhan sebesar 2,4 kali lipat dibandingkan saat awal pandemi pada tahun 2019. Hal ini membuktikan bahwa Lazada masih memiliki banyak peminat dan masih populer di kalangan masyarakat. Tidak hanya di Indonesia saja, Lazada juga sudah mulai merambah ke berbagai negara di Asia Tenggara, mulai dari Singapura, Filipina, Vietnam, Malaysia, dan Thailand.

5. Blibli

Blibli didirikan pada tahun 2011, merupakan *eCommerce* buatan Indonesia dengan model bisnis yang berfokus pada B2B, B2C, dan B2B2C (*Business to Business to Consumer*). Sebagai salah satu toko online terbesar dan terpercaya, Blibli menawarkan berbagai pilihan produk berkualitas yang disediakan oleh lebih dari 100.000 mitra bisnis, mulai dari kebutuhan primer, produk elektronik termasuk *gadget*, kebutuhan sehari-hari hingga produk gaya hidup.

Blibli.com awalnya merupakan sebuah situs jual beli *online*, namun sekarang sudah tersedia juga aplikasinya di iOS dan Android. Berbagai promo menarik untuk kategori produk yang berbeda-beda ditawarkan setiap harinya. Blibli.com juga ada garansi untuk pelanggan yang kurang puas terhadap barang yang dibeli.

Posisi kelima diduduki oleh Blibli.com yang merupakan salah satu anak perusahaan milik Djarum Group. Marketplace yang pernah menjadi sponsor utama PBSI (Persatuan Bulutangis Seluruh Indonesia) ini ternyata masih sangat populer di kalangan masyarakat, dengan jumlah pengunjung sebanyak 18,4 juta orang pada awal tahun 2022. Bahkan saat akhir tahun 2021, Blibli berhasil memperoleh lebih dari 19 juta pengunjung, yaitu pada 12 Desember yang bertepatan dengan Harbolnas atau Hari Belanja Online Nasional. Menurut survei para konsumen, alasan utama dalam memilih Blibli adalah karena reputasinya yang baik, produknya yang otentik, dan berbagai pilihan promonya yang menarik. Menusung slogan “Big Choice, Big Deals membuat situs jual beli ini dapat jadi rekomendasi yang paling aman dan terpercaya. Beberapa barang dapat didapatkan mulai dari elektronik, smartphone, televisi, konsol game, dan masih banyak lagi.

6. JD.ID

JD.id merupakan anak perusahaan dari salah satu toko online terbesar di Asia (JD.com). Pertama kali beroperasi pada tahun 2015 dan saat ini memiliki 12 kategori pilihan produk untuk dijual yang akan terus berkembang seiring dengan perkembangan bisnisnya di Indonesia. Kategori produknya beragam mulai dari ibu dan anak, smartphone, perangkat elektronik, hingga barang mewah.

Ada beragam barang-barang yang dijual di toko online JD.id. Salah satu yang terlengkap adalah barang elektronik, seperti Smartphone, Tablet, Laptop dan Komputer, Smart Device, TV, hingga Audio. Harga yang ditawarkan juga terjangkau dengan berbagai metode pembayaran, seperti COD, CSOD, Online Payment, dan Bank Transfer. Kalau perlu uang cukup banyak sebelum membeli barang elektronik itu, ajukan saja pinjaman online di Kredit Pintar. Saat ini sendiri, JD.ID sudah bekerja sama dengan GO-PAY sehingga dapat membayar melalui metode pembayaran tersebut dengan lebih mudah. Yang tak kalah menarik, jika membeli barang lewat JD(dot)ID juga dapat menukarkan barang dan diperbaiki hingga diantarkan kembali ke pembeli.

7. Orami

Berawal dari *platform eCommerce*, Orami.co.id telah berkembang menjadi sebuah komunitas di mana para *Moms* (sebagai ibu muda saat ini) bertukar cerita dan mendapatkan informasi tentang tumbuh kembang dan kesehatan anak, resep MPASAI, dan hal-hal terkait lainnya. Didirikan pada tahun 2013, Orami merupakan salah satu toko online yang khusus menjual perlengkapan dan kebutuhan bayi dan ibu hamil.

8. Sociolla

Sebagai toko belanja online terlengkap di Indonesia yang menawarkan berbagai macam produk kecantikan seperti make up, perawatan kulit, parfum dan produk kecantikan lainnya, Sociolla berkomitmen untuk kelancaran pengiriman produk dan pengembalian produk dapat diselesaikan tanpa kerumitan. Sociolla juga menghadirkan "*Beauty Journal*", yang merupakan portal media kecantikan online yang didedikasikan bagi para wanita untuk mengeksplorasi dan mengembangkan gaya kecantikan unik tersendiri, sambil menerima informasi terbaru tentang tren dan perkembangan merek.

9. Bhinneka

Berawal sebagai distributor mesin cetak format besar pada tahun 1999, Bhinneka.Com lahir sebagai pelopor *e-commerce* di Indonesia. Saat ini, Bhinneka fokus menyediakan produk IT, MRO, Solusi Bisnis dan Layanan Profesional, untuk segmen UMKM, korporasi dan instansi pemerintah. Bhinneka.Com merupakan toko online pertama yang terdaftar dalam e-Catalog LKPP, dan mendapatkan penghargaan Dukungan Keterbukaan Data Marketplace dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (2018).

10. Zalora

ZALORA Indonesia didirikan pada tahun 2012. ZALORA Indonesia adalah peritel fashion online dengan pertumbuhan tercepat di Asia. Situs di setiap negara memastikan bahwa produk fesyen disesuaikan dengan selera masing-masing negara dan menyesuaikan dengan preferensinya. Dengan pilihan lebih dari 500 merek lokal dan internasional, Zalora berkomitmen untuk membawa fashion ke dimensi yang lebih baik dari sebelumnya. Produk yang ditawarkan

antara lain pakaian wanita, pakaian pria, sepatu, aksesoris, peralatan olahraga, pakaian muslim, dan masih banyak lagi.

Memiliki bisnis online menuntut pemilik bisnis untuk mengadopsi teknologi untuk mencapai kesuksesan. Majukan bisnis dengan menggunakan marketplace dan toko online di Indonesia. Mencari barang-barang *branded* yang orisinal? Di Zalora tempatnya. Terlebih untuk kebutuhan fashion, Zalora menyediakan berbagai pilihan barang dari *brand* ternama. jika merasa tidak cocok, dapat menukar atau mengembalikan barang yang sudah dibeli. Proses penukaran dan pengembalian barangnya pun sangatlah mudah.

Website belanja online terbaik bernama Zalora menyediakan berbagai kebutuhan pakaian. Ada banyak merek yang bisa ditemukan, mulai dari merek lokal hingga internasional. Belanja di Zalora juga gratis untuk ongkos kirim ke seluruh Indonesia. Tidak hanya itu, Zalora juga memberikan garansi pengembalian bagi yang tidak puas dengan produk yang telah diterima. Tentu saja, ini bisa menjadi keuntungan bagi setiap pembeli. Zalora sendiri didirikan pada tahun 2012 dan beranggotakan berbagai negara di Asia. Di Indonesia, website Zalora dikelola di bawah naungan PT Fashion Eservices Indonesia.

11. OLX

Aplikasi belanja *online* terbaik berikutnya adalah OLX yang dulunya bernama Tokobagus.com. Sekitar tahun 2014, Berniaga.com resmi bergabung dan namanya berganti menjadi OLX. Namun sekarang dapat mengunduh OLX di iOS maupun Android. Tidak ada biaya jika ingin memasang iklan di OLX. Oleh karena itu, mulai dari barang bekas hingga lowongan kerja dapat ditemukan di sini. Dengan adanya sarana mencari lowongan kerja, sehingga banyak instansi yang sudah bekerjasama dengan OLX untuk mengiklankan lowongan pekerjaan di website belanja online terbaik tersebut.

12. Elevenia

Website belanja online terbaik selanjutnya yang dapat dijadikan pilihan untuk berbelanja online dengan aman dan mudah adalah Elevenia. Situs belanja online ini mengusung konsep “Open Marketplace” yang sudah terjamin keamanannya untuk setiap pengguna dalam melakukan transaksi. Website ini sendiri dimiliki oleh XL Axiata yang sudah banyak dipilih untuk bertransaksi jual beli oleh kebanyakan masyarakat di Indonesia. Saat ini elevenia juga masih eksis menjadi salah satu E-Commerce besar di Indonesia.

13. Toko Kalteng Berkah

Toko kalteng Berkah (Tokokaltengberkah.com) merupakan situs jual beli yang sengaja dibuat pemerintah Kalimantan Tengah berkerja sama dengan Bank Indonesia untuk memenuhi kebutuhan masyarakat melalui transaksi online. Siapapun dapat melakukan transaksi pada situs ini. Namun demikian, pengelola masih memberikan batasan bagi penjual yang akan menjual produknya pada situs ini. salah satu diantaranya yaitu hanya dapat dilakukan oleh penjual resmi

yang di tunjukkan oleh telah memiliki izin usaha. Produk dapat dibeli dengan mudah melalui situs atau aplikasi beliloka. Pastikan telah membuat akun toko kalteng berkah dan menambahkan alamat pengiriman terlebih dahulu.

METODE PENELITIAN

Dalam pengabdian yang dilakukan pendamping memilih pendekatan *participatory action research* (PAR). PAR tidak memiliki sebutan tunggal. Dalam berbagai literature PAR juga bisa disebut dengan *action research*, *learning by doing*, *action learning*, *action science*, dan lain-lain.

PAR merupakan salah satu paradigma yang muncul dari dunia yang memiliki beragam varian tentang kebenaran dan realitas sebagai cara untuk membantu manusia dalam mencapai kebenaran melalui realitas dan pengalaman mereka sendiri. Salah satu definisi PAR yang dikemukakan oleh Yolanda Wadsworth PAR adalah istilah yang memuat seperangkat asumsi mendasari paradigma baru ilmu pengetahuan tradisional atau kuno.

Asumsi-asumsi baru tersebut menggaris bawahi arti penting proses sosial dan kolektif dalam mencapai kesimpulan-kesimpulan mengenai “apa kasus yang sedang terjadi” dan apa implikasi perubahannya” yang dipandang berguna orang-orang yang berada pada situasi problematis, dalam mengantarkan untuk melakukan pendekatan awal.

Participatory action research (PAR) merupakan salah satu pendekatan yang dalam pelaksanaannya dilapangan sangat mengutamakan peran aktif dari pihak-pihak yang terkait dalam mengkaji kehidupan sosial yang terjadi ditengah-tengah masyarakat sebagai upaya untuk melakukan perubahan kearah yang lebih baik. Sehingga dalam pelaksanaan PAR ini dipahami sebagai pendekatan yang dilakukan atas dasar telaah, analisa, perencanaan, pelaksanaan dan monitoring serta evaluasi yang dilakukan bersama masyarakat.¹⁰ Hal ini sudah sesuai dengan apa yang telah dilakukan bersama para pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya, khususnya pedagang pasar malam di G. Obos IX dan G. Obos yang sangat mengutamakan peran aktif dan keterlibatan pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya dalam setiap prosesnya.

Secara tidak langsung dengan proses yang dilakukan bersama-sama menambah pengetahuan masyarakat serta pendamping sehingga bersama-sama dapat mengembangkan potensi yang dimiliki. Hal mendasar yang mempengaruhi keberhasilan dalam PAR ini adalah kemampuan membangun tim, dengan adanya komitmen, kerja sama yang baik antara pendamping dengan pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya maka keberhasilan yang diinginkan akan mudah tercapai. Sedangkan salah satu nilai lebih dari pendekatan ini adalah hubungan antara subyek dampingan dengan pendamping yang tidak menunjukkan gap atau kesenjangan. Dalam pendekatan ini pendamping memang dituntut untuk menjalin hubungan yang intensif dengan

¹⁰ Edi Irawan, Model Pengabdian Berbasis Kompetensi, Yogyakarta: Zahir Publising, 2020, 23

subyek dampingan. Karena dengan komitmen serta kerjasama yang baik akan menimbulkan kepercayaan antar pihak yang akan mampu menciptakan perubahan serta kemandirian dalam pendampingan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pendampingan pada pelaku pasar malam di kota Palangkaraya

Pada dasarnya PAR merupakan pendekatan yang melibatkan secara aktif semua pihak-pihak yang relevan dalam mengkaji tindakan yang sedang berlangsung (dimana pengalaman mereka sendiri sebagai persoalan) dalam upaya melakukan perubahan dan perbaikan kearah yang lebih baik. Untuk itu mereka harus melakukan refleksi kritis terhadap konteks sejarah, politik, budaya, ekonomi, geografis, dan konteks-konteks lain yang terkait. Yang mendasari mengapa PAR dilakukan adalah kepentingan untuk mendapatkan perubahan seperti apa yang dibutuhkan. PAR memiliki tiga kata yang selalu berhubungan yakni partisipasi, riset, dan aksi. Semua hasil riset harus diimplementasikan dalam aksi. Oleh karena itu semua perubahan yang terjadi merupakan akibat dari riset. Untuk selanjutnya mengapa pendamping menggunakan pendekatan PAR ini karena setelah melihat kondisi social yang terjadi PAR dinilai sangat mendukung dalam proses pendampingan yang akan dilakukan dengan subyek pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya.

Pendamping melihat semangat dan komitmen dari pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya yang sangat besar sehingga nantinya partisipasi dalam menciptakan perubahan dinilai sangat besar. Sehingga apa yang selanjutnya dilakukan dapat berjalan dengan baik sehubungan dengan kerjasama yang baik pula dari pihak-pihak yang terlibat. Karena pada dasarnya PAR sangat menekankan keterlibatan aktif dari pihak-pihak terkait untuk mengkaji tindakan yang dilakukan melalui riset kritis, sehingga nantinya diperoleh kesadaran bersama

Terdapat beberapa prinsip PAR yang diterapkan terutamanya sebagai seorang pendamping, diantaranya:

1. Sebuah pendekatan yang mampu meningkatkan dan memperbaiki kehidupan sosial dan praktek-prakteknya dengan cara melakukan refleksi dari akibat-akibat dari perubahan itu untuk melakukan aksi lebih lanjut secara berkesinambungan. Hal ini Nampak dalam proses pendampingan pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya, yaitu G. Obos IX dan G. Obos XII dari proses awal hingga proses perencanaan.
2. Secara keseluruhan partisipasi yang dilakukian merupakan partisipasi yang murni (autentik) membentuk siklus (lingkaran) yang berkesinambungan mulai dari analisa sosial, rencana aksi, aksi, evaluasi, serta refleksi (teoritisasi pengalaman) dan kemudian analisa sosial, kembali begitu seterusnya mengikuti proses siklus lagi. Dalam proses pendampingan kali ini dimulai dari memahami persoalan yang dialami oleh pedagang pasar malam di G. Obos IX dan G.

Obos XII secara umum yang selanjutnya diarahkan khusus kepada para pedagang pasar malam yang masuk dalam lingkaran terdampak modernisasi. Langkah selanjutnya akan direncanakan proses aksi yang mampu menciptakan kemandirian serta keberdayaan bagi para pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya, hingga proses aksi dan juga diakhiri dengan evaluasi terhadap kekurangan-kekurangan yang terdapat dari setiap proses yang memberikan dampak terhadap hasil akhir yang ingin dicapai. Sebab tiap proses mempengaruhi keberhasilan yang dicapai begitu juga hasil akhir yang dicapai tentu dipengaruhi oleh setiap proses atau tahap yang dilakukan oleh karena itu bentuk siklusnya seperti lingkaran yang setiap tahapnya berkesinambungan.

3. Mengutamakan kerjasama untuk melakukan perubahan, melibatkan semua pihak yang memiliki tanggungjawab atas perubahan dalam upaya peningkatan kemampuan mereka secara terus menerus serta memperluas kelompok-kelompok yang mampu diajak untuk bekerjasama dalam menyikapi persoalan sosial hingga menyelesaikan problem tersebut. Seperti yang terlihat dalam proses pendampingan pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya, diantaranya G. Obos IX dan G. Obos XII. Banyak pihak yang terlibat untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan setiap elemen memiliki tugas dan peran masing masing diantaranya: fasilitator, pedagang pasar malam, perangkat pasar, masyarakat pada umumnya, dan perwakilan lembaga.
4. PAR merupakan suatu proses membangun kesadaran bersama yang sistematis, dengan menggunakan kesadaran kritis dengan cara mendiskusikan tindakan mereka dan mengembangkannya, sehingga tindakan-tindakan yang mereka lakukan dapat menciptakan perubahan sosial. Segala sesuatu yang dilakukan bertahap selama proses pendampingan tidak semata hanya kegiatan saja akan tetapi memiliki tujuan untuk menciptakan perubahan sosial kearah yang lebih baik.
5. PAR merupakan suatu proses yang melibatkan semua elemen yang ada ditengah masyarakat dengan mengharap mereka mau walaupun hanya sekedar sharing pengalaman. Dalam hal ini para pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya selain sebagai subyek dampingan mereka juga sebagai narasumber. Karena salah satu tema kajian tentu yang berhubungan dengan mereka.

B. Langkah Kerja Pendampingan pada pelaku pasar malam di Kota Palangka Raya

1. Pemetaan awal

Langkah pertama dalam melakukan pendampingan kali ini dimulai dengan memahami kondisi dan karakteristik pedagang pasar malam serta lingkungan pendampingan. Pemetaan awal ini sebagai suatu pintu untuk memasuki kondisi sosial yang terjadi di tengah-

tengah kehidupan pedagang pasar malam G. Obos IX dan G. Obos XII. Setelah pendamping memahami kondisi pasar baik secara relasi, antar elemen dan juga identifikasi tokoh penggerak yang dinilai memiliki pengaruh besar didalam perdagangan pedagang pasar malam. Pemetaan awal dibantu dengan adanya data-data yang bersumber dari pasar sehingga sedikit banyak membantu proses awal.

2. Membangun Hubungan Kemanusiaan

Pendamping melakukan inkulturasi serta berupaya membangun kepercayaan dengan pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya, sehingga terjalin hubungan yang baik dan bisa bekerja sama selama proses pendampingan. Pendamping dan pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya menyatu membentuk kerja sama yang saling menguntungkan untuk melakukan riset belajar memahami, mengetahui hingga menyelesaikan problem yang terjadi dalam rangka menciptakan sebuah perubahan.

Dalam upaya membangun hubungan kemanusiaan ini pendamping berbaur dengan para pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya dengan mengikuti kegiatan mereka seperti melakukan transaksi perdagangan kepada pedagang. Langkah ini dilakukan agar keberadaan pendamping dapat diterima sehingga sedikit demi sedikit dapat memberikan pengaruh positif terhadap mereka.

3. Penentuan Agenda Riset Untuk Perubahan Sosial

Dalam melakukan pendamping tidak sendirian. Pendamping dibantu beberapa pedagang pasar malam G. Obos IX dan G. Obos XII. Untuk membangun kesadaran bersama serta menumbuhkan spirit entrepreneurship pada setiap diri pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya. Mereka yang ingin berdaya akan siap meneliti bersama pendamping tentang apa saja yang berhubungan dengan kewirausahaan sosial. Sudah ada beberapa pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya yang dinilai memiliki niat serta komitmen yang kuat untuk berubah salah satunya bernama N.

Langkah selanjutnya merencanakan riset dengan teknik PRA. Dengan teknik ini akan mempermudah proses-proses pendampingan yang dilakukan. Teknik PRA dinilai pendamping dapat mempermudah serta memberikan hasil yang lebih akurat dalam pengidentifikasian masalah, serta melihat potensi, dan mencari solusi untuk menyelesaikan masalah yang terjadi secara partisipatif.

4. Pemetaan Partisipatif

Proses ini dilakukan bersama pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya dengan pemetaan wilayah ataupun pemetaan masalah. Dalam proses ini setidaknya-tidaknya harus mampu memetakan berapa jumlah pedagang di G. Obos IX dan G. Obos XII dan juga memperoleh data berapa banyak para pedagang yang sudah sukses berdagang melalui media online, seperti marketplace, whatsapp, instagram, bahkan youtube.

Data yang diperoleh nantinya digunakan untuk analisis potensi yang dapat dimanfaatkan sebagai salah satu strategi pemecahan masalah yang terjadi di G. Obos IX dan G. Obos XII. Dalam mapping ini sendiri tidak hanya memetakan unsur fisik saja yang mendukung permasalahan yang terjadi. Dalam pemetaan partisipatif ini dilakukan pada tanggal 15 Agustus 2022 bersama pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya. Hal ini dilakukan untuk memahami bersama tentang karakteristik pedagang pasar malam G. Obos IX dan G. Obos XII dari berbagai aspek. Pada tahap awal ini belum begitu terlihat partisipasi pedagang pasar malam G. Obos IX dan G. Obos XII.

5. Merumuskan Masalah Kemanusiaan

Perumusan masalah dilakukan bersama-sama melalui FGD. Partisipasi pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya sangat diharapkan dalam mengidentifikasi permasalahan yang mereka alami terutama pasca pandemi covid-19. Teknik PRA yang digunakan sangat membantu pendamping pada pedagang pasar malam pada khususnya.

6. Menyusun Strategi Gerakan

Penyusunan strategi perubahan dilakukan dengan musyawarah bersama. Selain untuk mengidentifikasi pihak-pihak yang dinilai mempunyai peranan penting, juga menyusun rencana program, monitoring, hingga evaluasi dalam proses pendampingan. Hal yang paling penting adalah peranan penting dari pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya dimana mereka sendirilah yang akan merubah keadaan yang terjadi menjadi lebih baik. Hal tersebut yang menjadi salah satu ciri khas dari pendekatan PAR.

7. Pengorganisasian Pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya

Para pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya didampingi untuk menentukan media pendekatan baik kepada masyarakat ataupun untuk mereka sendiri dalam upaya menciptakan perubahan sosial. Pendamping bersama pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya menganalisis pentingnya penggunaan media online untuk memperluas jaringan pemasaran. Jika memang bisa dimaksimalkan peran lembaga serta organisasi tersebut maka digunakan sebagai pendekatan. Akan tetapi jika dinilai tidak bisa digunakan atau dimaksimalkan sebagai pendekatan maka harus dibentuk media baru sebagai salah satu alternatif pendekatan.

8. Melakukan Aksi Perubahan

Dalam upaya menciptakan perubahan sosial terhadap pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya perlu dilakukan sebuah aksi nyata berupa kegiatan sebagai bukti bahwa para pedagang pada pasar malam memang berkeinginan untuk mamajukan usahanya. Aksi yang dilakukan ini nantinya bukan hanya program sesaat yang berorientasi menyelesaikan persoalan yang terjadi saat ini. Yang terpenting dalam melakukan aksi adalah terbangunnya kesadaran pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya untuk selalu berkembang dan maju dalam berusaha dengan selalu mengevaluasi masalah-masalah yang terjadi sehingga selalu

ada perubahan kearah yang lebih baik setiap waktunya.

9. Refleksi

Untuk mengukur keberhasilan sebuah program yang dilakukan dapat dilihat dari respon masyarakat terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan pedagang yang sukses dalam melakukan jual beli online disamping melaksanakan transaksi secara offline. Dalam proses evaluasi program yang dilakukan hendaknya memperhatikan perubahan- perubahan yang terjadi setelah program dijalankan. Bahkan hambatan ataupun rintangan selama proses harus didiskusikan bersama-sama. Hal tersebut dinilai penting untuk memperbaiki kekurangan selama proses pendampingan.

Salah satu tujuan dari memanfaatkan media sosial sebagai media bisnis, juga untuk menumbuhkan spirit entrepreneurship yang dimiliki pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya, juga bertujuan untuk menumbuhkan kepedulian sosial diantara mereka. Dengan kegiatan transaksi online selain menjadi sumber dana untuk melakukan kegiatan bersama dalam upaya memperoleh kepercayaan dari masyarakat kegiatan, juga sebagai kritik kegiatan ekonomi yang belandaskan teori ekonomi kapitalis.

10. Meluaskan Skala Gerakan Dukungan

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan selama proses pendampingan harus dilakukan terus menerus sehingga aura positif ditengah-tengah pedagang pasar malam semakin meluas. Hal tersebut tentu dengan harapan semakin banyaknya pedagang pasar malam yang ada di G. Obos IX dan G. Obos XII bisa lepas dari belenggu kapitalisasi, berdaya dan mandiri.

11. Analisis Stakeholder

Dalam melakukan aksi pendamping membutuhkan partisipasi dari stakeholder yakni pihak-pihak yang dinilai mempunyai pengaruh dalam menciptakan perubahan sosial. Serta berbagai lembaga pemerintahan, antara lain:

- a. Disperindag Kota Palangka Raya: Memberikan izin, membuat kebijakan serta mendukung program- program yang direncanakan bersama sama.
- b. Pedagang pasar malam: Mengikuti serta aktif dalam setiap kegiatan yang telah direncanakan
- c. Ketua RT: Pengelola pasar harus mampu memberikan timbal balik dengan memberikan kesempatan partisipasi kepada pedagang pasar malam dalam setiap kegiatannya, pengelola juga harus mampu membuat program kewirausahaan sesuai kemampuannya
- d. Masyarakat setempat: Mendukung para pedagang pasar malam untuk tetap eksis

12. Perencanaan Operasional

Dalam proses pendampingan di G. Obos IX dan G. Obos XII ini telah dibuat jadwal pelaksanaan kegiatan yang terangkum dalam perencanaan operasional untuk memudahkan dan melancarkan setiap tahap kegiatan tersebut. Perencanaan kegiatan ini disusun secara

terstruktur dan sesuai dengan situasi dan kondisi yang terjadi. Perencanaan ini juga sebagai indikator keberhasilan dari setiap proses yang dilalui. Berikut merupakan susunan perencanaan kegiatan yang akan dilakukan dalam proses pendampingan.

Jadwal Kegiatan

NO	Kegiatan	Bulan				
		Agust	Sept	Okt	Nov	Des
1.	Pemetaan awal	✓				
2.	Pengurusan perizinan	✓				
3.	Pembuatan proposal	✓				
4.	Proses Pendampingan		✓	✓	✓	✓
	a. Pengorganisasian dan riset bersama		✓	✓	✓	
	b. Membentuk komunitas bersama pedagang pasar malam		✓			
	c. Menggurai Problem yang di hadapi			✓	✓	
	d. Merencanakan strategi untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi			✓	✓	
	e. Proses aksi	✓	✓	✓	✓	
	f. Evaluasi Aksi				✓	✓
5.	Pelaporan	✓	✓	✓	✓	✓

C. Optimalisasi jual beli berbasis online pada pasar malam di Kota Palangka Raya

Pada proses pendampingan terkait optimalisasi jual beli berbasis online pada pasar malam di Kota Palangka Raya memiliki kendala baik internal maupun eksternal. Kendala internal yaitu kendala yang berasal dari diri pedagang itu sendiri. Sementara kendala eksternal yaitu kendala yang berada dari luar pedagang, seperti lingkungan tempat berjualan. Sebelum melakukan pendampingan di palangan, tim pengabdian terlebih dahulu mengadakan rapat singkat terkait bentuk pendampingan yang akan dilakukan ketika di lapangan. Tim pengabdian terdiri dari enam orang, dimana pada setiap orang memiliki keahlian masing-masing untuk ditransformasikan kepada pedagang pasar malam yang berada di lokasi pengabdian. Tim pengabdian tersebut sebagaimana foto berikut:



Tim pengabdian

Dalam meminimalisir kendala internal maupun eksternal, tim pengabdian melakukan pendampingan dengan melakukan beberapa hal, diantaranya:

1. Memberikan Buku Saku Belanja Online Sebagai Pegangan Bagi Pedagang yang Memiliki Kesulitan dalam Melakukan Proses Transaksi Online.

Memberikan buku saku merupakan salah satu langkah yang tim pendamping lakukan. Dasar pembuatan dan diberikannya buku tersebut adalah berdasarkan pada data awal dilakukan sebelum pendampingan. Dalam hal ini sebagian besar pedagang enggan melakukan jual beli secara online. Beberapa diantaranya disebabkan oleh perangkat elektronik seperti hand phone yang belum memiliki akses internet, proses transaksinya ribet karena harus mengantarkan lagi kepada kurir atau layanan antar jemput barang, uang tidak bisa langsung diterima, dan enggan meninggalkan kebiasaan lama (tawar menawar). Berdasarkan fenomena tersebut tim pendampingan membuat terobosan dengan memberikan buku saku yang ditulis oleh tim pengabdian kepada pedagang yang pada intinya menyatakan bahwa proses jual beli online tidak serumit yang mereka atau pedagang rasakan.



Salah satu tim pengabdian memberikan buku saku kepada pedagang penjual pakaian

2. Memberikan Layanan dalam Bentuk Bimbingan Face to Face Kepada Pedagang yang Terkendala dalam Melakukan Transaksi Online

Sistem layanan dan bimbingan *face to face* kepada pedagang yang terkendala dalam melakukan transaksi online merupakan cara yang dilakukan oleh pendamping untuk mengoptimalkan jual beli online disamping jual beli offline yang telah dilakukan secara turun temurun dilakukan. Dalam hal ini tim menyampaikan bahwa jual beli online tidak sesulit yang mereka rasakan.



Pendampingan *face to pace*

3. Membuat Catatan Keluhan Pedagang Ketika Melakukan Jual Beli Online untuk Ditindaklanjuti

Membuat catatan penting dilakukan untuk ditindaklanjuti mengingat kebutuhan mereka yang beragam. Dalam hal ini akan memudahkan peneliti untuk memberikan langkah-langkah pendampingan selanjutnya bersama dengan stakeholder.



Proses penggalian data yang diolah menjadi catatan terulis

4. Membuka Konseling Terkait Bagaimana Cara Membuat dan Mendesain Website yang Menarik Sehingga Memiliki Nilai Jual, Mudah di Akses dan Dapat Dijangkau Oleh Semua Kalangan.

Tim pengabdian juga memfasilitasi bagi pedagang yang memerlukan bantuan dalam membuat desain website maupun kemasan produk yang akan diperjualbelikan. Langkah ini bermaksud agar disamping pedagang dapat melakukan jual beli online juga memiliki keahlian sebagai desainer.



Konseling desainer website dan kemasan produk

KESIMPULAN

Pasar tradisional merupakan tulang punggung perekonomian kelas menengah kebawah. Oleh karena itu perlu perhatian khusus oleh berbagai stakeholder yang salah satunya adalah institusi perguruan tinggi, seperti IAIN Palangka Raya. Tim pengabdian yang berkesempatan memberikan pendampingan bagi pedagang tradisional (pasar malam) yaitu dosen dan mahasiswa pada program studi ekonomi syariah pascasarjana IAIN Palangla Raya.

Berdasarkan hasil pendampingan kepada pedagang pasar malam di Kota Palangka Raya, bahwa mereka masih perlu perhatian khusus terutama dalam hal meningkatkan omset penjualan mereka. Beberapa hal yang menjadi temuan ketika dilakukan pendampingan yaitu terkait dengan optimalisasi jual beli online bagi pedagang pasar malam sehingga mereka perlu mendapat perhatian khusus. Temuan tersebut diantaranya yaitu kesulitan mereka dalam melakukan transaksi online yang disebabkan oleh perangkat elektronik seperti hand phone yang belum memiliki akses internet, proses transaksinya ribet karena harus mengantarkan lagi kepada kurir atau layanan antar jemput barang, uang tidak bisa langsung diterima, dan enggan meninggalkan kebiasaan lama (tawar menawar).

Meminimalisir temuan tersebut, terdapat beberapa langkah yang tim pengabdian lakukan, yaitu memberikan buku saku belanja online sebagai pegangan bagi pedagang yang memiliki kesulitan dalam melakukan proses transaksi online, memberikan layanan dalam bentuk bimbingan face to face kepada pedagang yang terkendala dalam melakukan transaksi online, membuat catatan keluhan pedagang ketika melakukan jual beli online untuk ditindaklanjuti, dan membuka konseling terkait bagaimana cara membuat dan mendesain website yang menarik sehingga memiliki nilai jual, mudah di akses dan dapat dijangkau oleh semua kalangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akrim dkk, Book Chapter: Covid-19 & Kampus Merdeka di Era Now Normal ditinjau dari Prespektif Ilmu Pengetahuan, Medan: UNSU PRESS, 2020
- Darynaufal Mulyaman and Ardhi Arsala Rahmani, "Renewing the Leapfrog Vision for Indonesia in the Post-Pandemic Order," *The Habibie Center* (Jakarta, May 2021), www.habibiecenter.or.id.
- Didin Hadi Saputra dkk, Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah, Yayasan Kita Menulis, kitamenulis.id, 2020
- Edi Irawan, Model Pengabdian Berbasis Kompetensi, Yogyakarta: Zahir Publising, 2020
- Ekna Satriyati dkk, 2021, Pola Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia di Era Pandemi Covid-19, Malang: Literasi Nusantara, 2021
- Istijabatul Aliyah, Pasar Tradisional: Kebertahanan Pasar dalam Konstelasi Kota, Yayasan Kita Menulis, kitamenulis.id, 2020
- Kasiyanto Kasemin, Agresi Perkembangan Teknologi Informasi: Sebuah Bunga Rampai Hasil Pengkajian dan Pengembangan Penelitian tentang Perkembangan Teknologi Informasi, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015

Muzalifah, Musyarapah, ST Rahmah, Rahmawati, Vita Yudi Saputra, Sapto Pamungkas: Pendampingan dan Optimalisasi Jual Beli Berbasis Online pada Pedagang Pasar Malam di Kota Palangka Raya

M. Hilmi Masruri dan Java Creativity, Membangun Toko Online dengan Joomla & J2Store, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015

Rhenald Kasali, Membebaskan Belengu-belengu untuk Mareih Keberanian dan Keberhasilan dalam Pembebarian, Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama, 2007

Wahana Komputer, Membangun Toko Online Multiproduk dengan WordPress dan WooCommerce, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014