

Pendampingan Tata Kelola Pasar Surya Kelurahan Arjosari**M. Faisal Abdullah ^{a*}, Ghina Zulzilah ^b, Titania Wahyu Sanjaya Putri ^c, Dera Aprilia ^d, Zuyina Maulidya ^e**^a Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia* Corresponding author: itsmeghinazulzilah@gmail.com**Abstract**

Kegiatan Pengabdian Masyarakat oleh Mahasiswa (PMM) di Pasar Surya Arjosari merupakan program yang lebih menekankan kepada strategi digital marketing. Dalam kondisi Pandemi Covid-19 yang berdampak pada lesunya perekonomian, Pasar Surya Arjosari merupakan salah satu yang merasakan dampak tersebut. Dampak pandemi sangat dirasakan oleh Pasar Surya Arjosari terutama karena pasar ini baru saja dibuka sebelum pandemi, sehingga para pedagang masih merintis toko mereka. Hal tersebut membuat banyak pedagang terpaksa menutup sementara toko mereka karena menurunnya penjualan. Oleh karena itu kegiatan PMM ini memiliki tujuan untuk membantu para pedagang di Pasar Surya Arjosari agar dapat mengikuti perkembangan tren dan perilaku konsumen mereka melalui digital marketing. Selain itu agar produk yang mereka pasarkan bisa menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas.

Keywords:

Pasar, digital marketing, pedagang,

Artikel Info*Article history:*

Received xxx

Revised xxx

Accepted xxx

Available online xxx

Copyright (c) 2021

Abdullah, M. F., Zulzilah, G., Putri, T.W.S., Aprilia, D., & Maulidya, Z.

This is an open access article and licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

**PENDAHULUAN**

Pasar Surya Arjosari terletak di Kecamatan Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur. Pasar ini menyediakan 15 ruko dengan dua tipe yaitu tipe A dan B yang dibedakan melalui luas dan fasilitas ruko. Sampai saat ini, sudah terdapat tujuh ruko yang terisi mulai dari cafe, distributor dan isi ulang air, foto copy dan alat tulis, jasa laundry, toko sembako, toko bahan kue, dan jasa service alat elektronik.

Oleh karena Pandemi Covid-19, pemerintah mengeluarkan PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam rangka percepatan penanganan corona. Dimana, masyarakat diharuskan membatasi pergerakan mereka sehingga diharapkan untuk berdiam diri di rumah jika tidak ada keperluan



yang sangat mendesak. Hal tersebut berdampak pada tingkat konsumsi masyarakat yang akhirnya akan berpengaruh pada menurunnya operasional para pelaku usaha.

Saat ini, teknologi dan penggunaan internet bukanlah hal yang asing bagi masyarakat Indonesia. Bahkan beberapa orang merasa ketergantungan dengan adanya teknologi dan internet. Dengan terus berkembangnya teknologi sebaiknya kita dapat lebih memanfaatkan hal tersebut dengan baik, termasuk dalam bidang bisnis. Terutama pada era ini, kemajuan teknologi berkembang dengan cepat. Hal tersebut dapat kita manfaatkan untuk mempermudah aktivitas dalam berbisnis. Misalnya seperti toko online, website dan marketplace. Hal itu akan mempermudah transaksi jual-beli sehingga dapat berdampak pada meningkatnya penjualan.

Penggunaan internet telah menjadi kebutuhan pokok bagi tiap orang. Menurut data survei dari sosiai Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa pengguna internet diseluruh dunia baik mobile maupun fixed mengalami kenaikan terus menerus. Berdasarkan laporan International Telecommunication Union (ITU) yang merupakan badan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) jumlah pengguna internet dunia 2018 sebesar 3,9 miliar melebihi setengah populasi dunia. Kenaikan jumlah itu juga dialami oleh Indonesia. Hasil survei APJII 2018, jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 171,1 juta naik sebesar 27,9 juta dari tahun lalu yang berjumlah 143,2 juta. APJII juga memprediksi pada tahun 2019 dan seterusnya akan mengalami tren kenaikan dikarenakan selesainya proyek jaringan RING yang akan menambah keandalan koneksi diseluruh Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam pengabdian ini adalah “Bagaimana bentuk pemanfaatan digital marketing pada pelaku usaha di Pasar Surya Arjosari?”

METODE PENERAPAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk memperoleh gambaran mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat atau kepercayaan orang yang diteliti dan kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka. Sumber data yang digunakan adalah data primer berupa hasil observasi melalui sosial media dan wawancara kepada para pelaku usaha di Pasar Surya Arjosari.

HASIL DAN PENCAPAIAN SASARAN

Berdasarkan hasil yang telah didapat melalui wawancara kepada para pelaku usaha di Pasar Surya Arjosari dan observasi di media sosial, pemasaran melalui digital dengan pemanfaatan website, social media, social chatting, dan marketplace mempermudah pemasaran barang dan jasa kepada para konsumen dengan jangkauan yang lebih luas dan cara yang lebih efektif terutama disaat pandemi seperti saat ini.

Pasar Surya Arjosari menggunakan satu akun media social sebagai koordinator semua pelaku usaha di pasar tersebut yang selanjutnya dapat terhubung langsung dengan akun social chatting Pasar Surya Arjosari.

Adapun langkah pelaksanaan program PMM ini yaitu:

1. Pembuatan Media Sosial Pasar Surya Arjosari (Shopee, Instagram, dan Facebook)

Program pembuatan Media Sosial pada pasar surya arjosari malang merupakan program yang bertujuan untuk menyebarkan informasi pada masyarakat luas secara online. Karena pada era digital ini, media masa dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis atau usaha dengan mudah. Pada media sosial di berikan informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh pasar surya, barang yang dijual serta harga barang bahkan pemesanan secara online pun bisa dilakukan dengan menyertakan nomor telepon agar calon penjual dapat menghubungi penjual dengan mudah atau dapat melakukan pemesanan melalui marketplace yaitu shopee yang memberikan kelebihan berupa rasa aman kepada pelanggan serta pelanggan bisa mendapatkan potongan ongkos kirim. Dalam pembuatan media sosial dilakukan oleh empat anggota kelompok PMM UMM. Dimana sebelumnya dilakukan pendataan dan observasi serta mengambil barang pada masing-masing lapak untuk diunggah pada media sosial agar calon pembeli lebih tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan..

2. Pembuatan Website Pasar Surya Arjosari

Program pembuatan website profil pasar surya arjosari malang merupakan program yang disarankan dari pihak pasar surya, dimana bertujuan untuk mengetahui informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh pasar surya sekaligus sebagai lapak online bagi penjual di pasar surya. Program kerja tersebut dilakukan oleh empat anggota PMM UMM. Pendataan yang dilakukan dengan cara observasi dan wawancara kepada pedagang-pedagang di Pasar Surya Arjosari Malang. Proses pembuatan website sendiri memerlukan informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh pelaku industri pada pasar surya. Industri yang ada di pasar surya masing-masing diberikan pertanyaan yang telah disiapkan. Pertanyaan-pertanyaan tersebut meliputi nama lapak, barang dijual, serta harga barang yang dijual.

3. Melakukan Pengiklanan Online

Pengiklanan dilakukan melalui akun facebook yang selanjutnya akan terhubung dengan akun instgram Pasar Surya Arjosari. Pengiklanan dilakukan sebanyak dua kali selama dua bulan. Hasil yang diperoleh dengan adanya iklan tersebut adalah terus bertambahnya pengikut social media Pasar Surya Arjosari.

KESIMPULAN

Bertambahnya jumlah pengikut social media Pasar Surya Arjosari mengartikan bahwa jangkauan konsumen yang mengetahui adanya pasar tersebut juga semakin banyak. Melalui website pasarsuryaarjosari.com, para konsumen lebih mudah mengetahui barang/jasa yang di tawarkan dan juga lebih mudah untuk menghubungi para penjual.

Secara keseluruhan digital marketing sangat efektif dilakukan oleh para pelku usaha terutama disaat pandemi seperti saat ini. Tidak hanya bagi konumen,

kemudahan dan manfaat dari marketing ini juga dapat dirasakan oleh para produsen.

Saran untuk pihak Pasar Surya Arjosari perlu adanya tindak lanjut pada program-program yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa agar dapat berkembanglebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). *APJII*. Retrieved from www.apjii.or.id: <https://www.apjii.or.id/>
- BPK RI*. (2020, Maret 31). Retrieved from peraturan.bpk.go.id: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/135059/pp-no-21-tahun-2020>

