



Community Services Journal (CSJ)

Jurnal Homepage: <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/csj/index>

Pemberdayaan Pedagang Sayur di Pasar Badung Sebagai Kader Pencegahan COVID-19 dan Pelatihan Promosi Usaha Berbasis Online

Made Dharmesti Wijaya^{1*}, Anak Agung Gede Indraningrat¹, Ida Ayu Agung Idawati²

1. Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Warmadewa, Denpasar-Bali

2. Fakultas Ekonomi, Universitas Warmadewa, Denpasar-Bali

*email koresponden: dharmestiwijaya@gmail.com

How To Cite:

Wijaya, M, D., Indraningrat, A, A, G., Idawati, I, A, A. (2022). Pemberdayaan Pedagang Sayur di Pasar Badung Sebagai Kader Pencegahan COVID-19 dan Pelatihan Promosi Usaha Berbasis Online. *Community Service Journal (CSJ)*, 5 (1), 8-13. <https://doi.org/10.22225/csj.5.1.2022.8-13>

Abstrak

Pandemi COVID-19 berdampak besar di masyarakat, baik di bidang sosial, ekonomi, maupun kesehatan. Dampak tersebut juga dirasakan mitra kami yang merupakan pedagang sayur di Pasar Badung, Denpasar, Bali. Berdasarkan hasil diskusi, mitra mengeluhkan penerapan protokol kesehatan yang mulai longgar, baik oleh pedagang maupun pembeli, serta pendapatan yang menurun akibat pembatasan kegiatan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupaya memberdayakan mitra untuk menjadi kader sadar COVID-19 dengan memberikan penyuluhan terkait bahaya dan cara penularan virus ini, serta pelatihan mencuci tangan dan menggunakan masker yang baik dan benar. Dalam kegiatan ini juga dilakukan pelatihan promosi usaha berbasis online serta pemberian bantuan langsung. Metode yang dilakukan adalah focus group discussion, penyuluhan dan pelatihan terkait COVID-19 dan penerapan protokol kesehatan, serta pelatihan promosi online menggunakan media sosial. Hasil pretest dan posttest menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan dan pemahaman mitra terkait materi yang diberikan. Proses monitoring pascakegiatan dilakukan dengan observasi langsung ke lapangan dan dapat diamati bahwa para pedagang telah menggunakan masker dengan benar, menyediakan hand sanitizer di kios masing-masing, serta mulai membuat konten promosi di akun media sosialnya. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini telah menambah pengetahuan dan kemampuan mitra dalam menerapkan protokol kesehatan dan promosi online.

Kata kunci: COVID-19; pedagang sayur; promosi online; protokol kesehatan

1. PENDAHULUAN

Pasar Badung merupakan pasar tradisional terbesar di Bali yang berlokasi di pusat kota Denpasar, tepatnya di Jalan Gajah Mada (Pemerintah Kota Denpasar, 2020). Pasar ini telah menjadi pusat perekonomian masyarakat Denpasar sejak zaman Kerajaan Badung sekitar tahun 1907 (Dinas Pariwisata Kota Denpasar, 2018). Area pasar terbagi menjadi dua yaitu Pasar Badung pagi (di dalam gedung) dengan luas bangunan 8.016 m² yang terdiri dari 306 kios dan 1.372 los pedagang, serta Pasar Badung malam yang terletak di pelataran sebelah barat gedung, dengan luas tanah 3.558 m² dan terdapat 286 los pedagang (Perumda Pasar Sewakadarma Kota Denpasar, 2020). Komoditas yang dijual di Pasar Badung ini sangat beragam, mulai dari bahan pangan, sandang, sarana persembahyangan, hingga kuliner tradisional.

Sejak pandemi COVID-19 di awal tahun 2020, pasar-pasar tradisional di Indonesia mengalami penurunan jumlah konsumen yang signifikan. Adanya pembatasan sosial (*social distancing*) serta risiko penularan COVID-19 yang besar membuat masyarakat mengurangi aktivitas berbelanja ke pasar tradisional maupun supermarket modern, dan lebih memilih berbelanja *online*. Selain itu, penurunan jumlah konsumen juga disebabkan oleh daya beli masyarakat yang menurun, serta distribusi bahan yang terhambat (Purbawati, Hidayah, & Markhamah, 2020). Hal ini tentunya juga berdampak terhadap omzet pedagang pasar yang menurun hingga 50% (Azimah *et al.*, 2020). Selain ekonomi, para pedagang pasar tradisional juga terdampak pada bidang kesehatan dimana mereka berisiko tinggi tertular COVID-19 dari pembeli maupun dari pedagang lainnya (The Jakarta Post, 2020).

Mitra kami adalah kelompok pedagang sayur Pasar Badung yang berjualan di lantai 2 gedung pasar pagi. Berdasarkan diskusi awal dengan mitra, setelah lebih dari satu tahun pandemi ini, kesadaran pedagang maupun pembeli di Pasar Badung untuk menerapkan protokol kesehatan sudah mulai menurun. Banyak dari pedagang maupun pembeli yang menggunakan masker di dagu, tidak menggunakan masker dengan benar (menutupi hidung dan mulut), bahkan melepaskan masker. Akses air bersih di beberapa sudut pasar juga tampaknya masih kurang dimanfaatkan. Selain itu, belum banyak pedagang yang menyiapkan *hand sanitizer* untuk membersihkan tangan setelah melakukan transaksi. Menjaga kebersihan tangan sangat penting untuk mencegah penularan penyakit, namun sayangnya masih sering diacuhkan (Wijaya *et al.*, 2020).

Selain penerapan protokol kesehatan yang mulai longgar, mitra juga mengeluhkan penurunan pendapatan yang signifikan akibat berkurangnya pembeli akibat pandemi. Selama ini mereka mengatasinya dengan mengurangi jumlah dagangan, serta mencari penghasilan tambahan lain. Hal ini tentunya memperburuk kondisi ekonomi keluarga pedagang, terutama karena anggota keluarganya juga banyak yang pendapatannya menurun atau bahkan di-PHK akibat pandemi.

Berdasarkan hasil diskusi yang dilakukan, dapat dirumuskan dua persoalan prioritas terkait dengan kondisi terkini yang dialami oleh mitra. Masalah prioritas yang pertama adalah di bidang kesehatan yaitu masih kurangnya penerapan protokol kesehatan di area pasar. Dalam diskusi, tampaknya mitra mengetahui bahwa menggunakan masker, menjaga kebersihan tangan, dan menjaga jarak penting dilakukan pada masa pandemi. Apalagi terdapat pengumuman melalui *speaker* pasar setiap 30 menit untuk mengingatkan pedagang dan pembeli agar senantiasa menerapkan protokol kesehatan. Akan tetapi berdasarkan pengamatan langsung, para pedagang tampaknya memiliki pengetahuan yang kurang tentang penyebaran COVID-19 sehingga penerapan protokol kesehatan terkesan setengah-setengah. Banyak juga yang mulai acuh sehingga terkadang melepas masker maupun tidak menjaga jarak, bahkan jarang ada pedagang yang menyediakan *hand sanitizer* di kiosnya.

Padahal, kepatuhan masyarakat termasuk pedagang dan pembeli di pasar tradisional dalam menerapkan protokol kesehatan untuk mencegah penularan COVID-19 dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap angka penurunan kasus (Alfianita & Adisasmito, 2020).

Masalah prioritas mitra yang kedua adalah di bidang ekonomi yaitu menurunnya omzet penjualan sayur. Masyarakat tampaknya masih berhati-hati untuk berbelanja ke pasar tradisional dan lebih memilih berbelanja di *online market* atau warung terdekat. Selain itu, lokasi kios yang berada di lantai 2 membuat area ini lebih sepi pengunjung dibandingkan area kios di lantai 1. Berdasarkan pengamatan, anggota mitra sebenarnya sudah memiliki *gadget* yang memadai, namun selama ini hanya digunakan untuk komunikasi dan hiburan. Mitra juga belum memiliki pengetahuan yang cukup mengenai pemasaran *online*.

Setelah mengetahui permasalahan-permasalahan yang dialami oleh mitra, maka strategi jangka pendek yang dapat dilakukan untuk menyelamatkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) termasuk para pedagang pasar tradisional dari dampak pandemi adalah penerapan protokol kesehatan yang ketat dan pemanfaatan layanan digital atau *digital marketing* untuk promosi sekaligus memperluas market penjualan (Sugiri, 2020). Oleh karena itu, program kemitraan masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan mitra terkait bahaya dan cara penularan COVID-19, meningkatkan kedisiplinan penerapan protokol kesehatan di pasar tradisional, serta meningkatkan pengetahuan mitra terkait pemasaran *online*.

2. METODE

Pada tahap persiapan, dilakukan sosialisasi program serta *focus group discussion* untuk menggali permasalahan mitra. Selanjutnya terkait dengan permasalahan di bidang kesehatan, dilakukan penyuluhan mengenai bahaya COVID-19 dan cara penularannya, serta pelatihan mencuci tangan dengan sabun maupun *hand sanitizer* dan penggunaan masker yang benar. Sedangkan untuk permasalahan di bidang ekonomi, dilakukan pelatihan promosi usaha berbasis *online* menggunakan sosial media serta pemberian bantuan langsung. Monitoring dan evaluasi dilakukan menggunakan *pretest* dan *posttest* sebelum dan setelah kegiatan untuk mengetahui peningkatan pengetahuan mitra terhadap materi yang diberikan, serta observasi langsung untuk melihat penerapan protokol kesehatan di lapangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kemitraan ini dilaksanakan selama kurang lebih lima bulan, sejak bulan Maret 2021 hingga pertengahan Juli 2021. Kegiatan diawali dengan sosialisasi kegiatan kepada mitra dan melakukan identifikasi masalah awal. Kegiatan dilakukan di gedung baru Pasar Badung lantai 2, tepatnya di area pedagang sayur. Sosialisasi dilaksanakan oleh ketua pengusul dibantu oleh dosen anggota tim pengusul. Kegiatan dilanjutkan dengan *focus group discussion* yang dilaksanakan pada akhir bulan Maret antara tim pengusul dengan mitra. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang dialami oleh mitra serta merumuskan permasalahan prioritas untuk dapat dicarikan solusi bersama melalui kegiatan PKM yang akan dilakukan. Dari kegiatan ini, ditemukan bahwa terdapat dua masalah prioritas yang dirasakan mitra yaitu di bidang kesehatan terkait melemahnya protokol kesehatan dalam pencegahan penularan COVID-19 serta di bidang ekonomi terkait berkurangnya pendapatan dan sepi pengunjung pasar.

Pelaksanaan kegiatan PKM dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 5 Juni 2021 pukul 15.00

WITA. Kegiatan dilakukan pada sore hari setelah pasar pagi tutup sehingga tidak mengganggu kegiatan mitra dan kondisi pasar sudah cukup sepi. Kegiatan ini dilaksanakan di area terbuka yang cukup luas di depan kios salah satu mitra, serta dihadiri oleh mitra kader yang berjumlah lima orang, tim dosen pengusul yang terdiri dari tiga orang, serta dua orang mahasiswa. Kegiatan diawali dengan *pretest* selama 10 menit untuk mendapatkan gambaran pengetahuan awal mitra, dilanjutkan dengan penyuluhan dan pelatihan dari narasumber dengan menggunakan *power point* dan video edukasi (Gambar 1). Informasi diberikan dalam bentuk penyuluhan mengenai bahaya dan cara penularan COVID-19 serta pelatihan mencuci tangan dan penggunaan masker yang benar. Dalam kegiatan ini juga diberikan pemaparan terkait promosi *online*, serta pelatihan pembuatan konten promosi yang baik. Kegiatan diakhiri dengan *posttest* selama 10 menit dan pembagian leaflet mengenai cara pencegahan COVID-19, serta pembagian bantuan berupa sembako, masker, *hand sanitizer*, dan vitamin (Gambar 2).



Gambar 1. Pelaksanaan pre-test dan penyuluhan



Gambar 2. Pembagian bantuan

Hasil *pretest* dan *posttest* menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan mitra terkait bahaya COVID-19 dan cara penularannya, serta terkait promosi *online*. Hal tersebut dilihat dari perbandingan hasil *pretest* dengan nilai rata-rata 54 menjadi 86 saat *posttest* (meningkat 59,3% dibandingkan sebelum diberikan penyuluhan). Selain itu, mitra juga telah dapat melakukan langkah-langkah mencuci tangan dan menggunakan masker dengan baik dan benar. Mitra juga telah dapat melakukan promosi penjualan sayuran segar melalui *platform* media sosial. Studi lain juga menunjukkan bahwa kegiatan pemberdayaan kelompok masyarakat tertentu seperti ini dapat meningkatkan pengetahuan mitra terkait bahaya COVID-19 dan cara-cara pencegahannya, termasuk penerapan perilaku bersih dan sehat (Indraningrat *et al.*, 2020; Wijaya *et al.*, 2022).

Tidak terdapat hambatan maupun kendala berarti yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan ini. Tim PKM senantiasa mengingatkan mitra untuk selalu mematuhi protokol kesehatan dengan menggunakan masker yang benar dan menjaga jarak selama kegiatan. Penerapan protokol kesehatan yang benar juga diharapkan terus dilakukan oleh mitra setelah kegiatan ini selesai dilaksanakan.

4. KESIMPULAN

Dilihat dari hasil *pretest* dan *posttest*, kegiatan kemitraan dengan kelompok pedagang sayur di Pasar Badung melalui penyuluhan dan pelatihan telah meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mitra terkait COVID-19 dan pencegahan penularannya. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan saat evaluasi kegiatan, para pedagang telah menggunakan masker dengan benar dan menyiapkan *hand sanitizer* di kiosnya bagi pedagang dan pembeli. Mitra juga telah mencoba untuk melakukan pemasaran *online* untuk mempromosikan jualannya. Upaya ini diharapkan dapat membantu usaha pencegahan penularan COVID-19 di area Pasar Badung, serta membantu meningkatkan omzet penjualan pedagang di masa pandemi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Dekan dan Kepala Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Warmadewa atas dukungan finansial yang diberikan sehingga program PKM ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianita, & Adisasmito, W. B. B. (2020). Dampak Perilaku Sikap Masyarakat Terhadap Pencegahan Penularan Coronavirus Disease-19: Literature Review. *IAKMI Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 1(3). doi:<https://doi.org/10.46366/ijkmi.1.3.101-110>
- Azimah, R. N., Khasanah, I. N., Pratama, R., Azizah, Z., Febriantoro, W., & Purnomo, S. R. S. (2020). Analisis Dampak COVID-19 Terhadap Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Klaten dan Wonogiri. *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 9(1), 59-68. doi:<https://doi.org/10.15408/empati.v9i1.16485>.
- Dinas Pariwisata Kota Denpasar. (2018). Wisata Pasar Tradisional Badung. Retrieved from <https://denpasartourism.com/destination/pasar-badung>
- Indraningrat, A. A. G., Wijaya, M. D., & Masyeni, D. A. P. S. (2020). Pemberdayaan Kelompok Petugas Kebersihan di Pasar Kreneng Denpasar Sebagai Kader Pencegahan Penularan Covid-19. *Community Service Journal (CSJ)*, 2, 41-45. Retrieved from <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/csj/article/view/2692/1988>
- Pemerintah Kota Denpasar. (2020, 23 November 2020). Pasar Badung, Pasar Tradisional Terbesar di Bali. Retrieved from <https://www.denpasarkota.go.id/berita/baca/17592>
- Perumda Pasar Sewakadarma Kota Denpasar. (2020). Info Potensi Pasar. Retrieved from <https://perumdapasar.denpasarkota.go.id/page/read/797>
- Purbawati, C., Hidayah, L. N., & Markhamah, M. (2020). Dampak Sosial Distancing Terhadap Kesejahteraan Pedagang di Pasar Tradisional Kartasura pada Era Pandemi Korona. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 4(2). doi:<http://dx.doi.org/10.31604/jim.v4i2.2020.156-164>
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), 76-86. doi:10.32639/fokusbisnis.v19i1.575
- The Jakarta Post. (2020). Over 1,700 traditional market traders test positive for COVID-19. *The Jakarta Post*. Retrieved from <https://www.thejakartapost.com/news/2020/12/09/over-1700-traditional-market-traders-test-positive-for-covid-19.html>
- Wijaya, M. D., Indraningrat, A. A. G., & Idawati, I. A. A. (2022). Pemberdayaan Kelompok Pemandu Wisata Sebagai

Kader Tanggap COVID-19 dan Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dalam Mendukung Usaha Travel. *Buletin Udayana Mengabdi*, 21(02), 140-145. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jum/article/view/78473/44417>

Wijaya, M. D., Indraningrat, A. A. G., & Masyeni, D. A. P. S. (2020). Pemberdayaan Karyawan Yayasan Rama Sesana Sebagai Kader Pencegahan Penularan Covid-19 di Pasar Badung, Bali. *Community Services Journal (CSJ)*, 2, 46-50. Retrieved from <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/csj/article/view/2694>