

Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat  
26 November 2022, Hal. 1885-1890  
e-ISSN: 2686-2964

## **Penguatan *Financial Inclusion* Berbasis Ekonomi Digital untuk Peningkatan *Competitive Advantage* Pedagang Pasar di Kota Yogyakarta**

Deny Ismanto<sup>1</sup>, Candra Vionela Merdiana<sup>2</sup>, Mustika Rahmi<sup>3</sup>

Universitas Ahmad Dahlan, Jl. Kapas No.9, Semkai, Yogyakarta  
deny.ismanto@mgm.uad.ac.id

### **ABSTRAK**

Pasar tradisional merupakan pasar dimana penjual dan pembeli bertemu secara langsung dan barang yang dijual dengan tingkat pelayanan yang terbatas. Pasar tradisional muncul didasarkan atas kebutuhan konsumsi masyarakat. Dalam perkembangannya pasar tradisional kurang bisa berkembang dan kalah bersaing dengan pasar ritel modern dikarenakan pasar tradisional belum mampu memperoleh supplier atau distributor yang kompetitif. Permodalan merupakan hal yang sangat penting bagi usaha dikarenakan faktor produksi usaha. Tanpa adanya permodalan yang cukup maka usaha tidak akan berjalan sesuai apa yang telah direncanakan. Menurut data yang dilansir BRI Micro & SME Q4 2020 kebutuhan kredit UMKM adalah 75,7% untuk menjalankan usahanya. Faktanya hanya 19,41% UMKM terhubung dengan Lembaga keuangan (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2020). Progam PkM ini bertujuan mendukung inklusi finansial yang berfokus pada pemberian solusi permasalahan unbanked atau underbanked di wilayah D.I.Yogyakarta. Kegiatan inti dari PKM ini adalah mentoring, pendampingan, dan konsultasi. Kegiatan mentoring yang dilakukan menyasar pada pengusaha, pedagang dan pengelola pasar pada wilayah Yogyakarta. Untuk dapat berkembang, harus memiliki competitive advantage meningkatkan daya saing. Untuk itu, program PKM ini menawarkan solusi dengan mentoring yang berkesinambungan, pengembangan akses kemitraan produktif, mendorong legalitas usaha, memperluas akses pembiayaan, dan e-retail.

**Kata kunci:** *Competitive Advantage; Digital Economy; Financial Inclusion; Pasar Tradisional*  
**ABSTRACT**

Traditional markets are markets where sellers and buyers meet face to face less able to develop and unable to compete with the modern retail market because of the market Traditional companies have not been able to obtain competitive suppliers or distributors. Capital is very important for businesses due to business production factors. Without adequate capital, the business will not run as planned. According to data reported by BRI Micro & SME Q4 2020, the MSME loan requirement is 75.7% to run their business. In fact, only 19.41% of MSMEs are connected to financial institutions (Ministry of Cooperatives and SMEs, 2020). This PkM program aims to support financial inclusion which focuses on providing solutions to unbanked or underbanked problems in the Yogyakarta area. The core activities of this PKM are mentoring, mentoring, and consulting. Mentoring activities carried out targeted entrepreneurs, traders and market managers in the Yogyakarta area. To be able to develop, must have a competitive advantage to increase competitiveness. For this reason, the PKM program offers solutions with continuous mentoring, developing access to productive partnerships, encouraging business legality, expanding access to financing, and e-retail.

**Keywords:** Competitive Advantage; Digital Economy; Financial Inclusion; Traditional market

## PENDAHULUAN

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta termasuk dalam Proyek Strategis Nasional berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 109 tahun 2020. Proyek strategis nasional ini dilaksanakan oleh Pemerintah maupun Badan Usaha guna mewujudkan peningkatan kesejahteraan masyarakat, pemerataan ekonomi, dan pembangunan daerah berbasis kewilayahan. Dalam proyek strategis nasional tersebut pembangunan difokuskan untuk memperkuat ekonomi dalam suatu wilayah yang berbasis keunggulan kompetitif dengan membangun suatu sistem integrasi produksi, distribusi, dan pemasaran.

Daerah Istimewa Yogyakarta (D.I.Yogyakarta) adalah provinsi yang dikenal sebagai daerah wisata dan pendidikan mengandalkan perekonomiannya dari sektor penunjang kedua hal tersebut yaitu industri hotel, restoran, transportasi, telekomunikasi, keuangan, perdagangan, pengelolaan, pertanian dan jasa-jasa lain. Dilihat dari presentase Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) D.I Yogyakarta didominasi oleh industri pengolahan, telekomunikasi, akomodasi dan restoran, jasa Pendidikan, dan pertanian (data Badan Pusat Statistik, Triwulan III tahun 2021).

Pasar tradisional merupakan pasar dimana penjual dan pembeli bertemu secara langsung dan barang yang dijual dengan tingkat pelayanan yang terbatas. Pasar tradisional muncul didasarkan atas kebutuhan konsumsi masyarakat, sesuai dengan prinsip ekonomi adanya permintaan kebutuhan pasti ada ada penawaran yang ditawarkan oleh pedagang pasar. Biasanya barang yang dijual di Pasar tradisional adalah barang kebutuhan sehari-hari masyarakat sekitar. Di dalam pasar tradisional terdapat aktivitas ekonomi yang transaksinya dilakukan secara langsung, ada proses interaksi sosial yang mempengaruhi keputusan pembelian, dan lokasi yang tidak jauh dari pemukiman penduduk. Menurut kegiatannya pasar tradisional bisa dikategorikan di dalam tiga jenis yaitu :

1. Pasar eceran, merupakan penawaran barang secara eceran atau satuan
2. Pasar Grosir, penawaran barang dalam jumlah besar
3. Pasar induk, penawarannya lebih besar dari Pasar Grosir dan menjadi pusat pengumpulan bahan yang diperdagangkan.

Dalam perkembangannya pasar tradisional kurang bisa berkembang dan kalah bersaing dengan pasar ritel modern dikarenakan pasar tradisional belum mampu memperoleh supplier atau distributor yang kompetitif akibatnya harga barang di pasar tradisional cenderung lebih mahal daripada ada toko ritel modern, Dengan kekuatan permodalan dan kekuatan sistem distribusi Yang dimiliki oleh ritel modern dengan membeli barang dengan jumlah yang jauh lebih banyak dari pedagang pasar dan mendistribusikannya ke jaringan ritel modern membuat harga yang ditawarkan di toko ritel modern jauh lebih murah.

Permodalan merupakan hal yang sangat penting bagi usaha dikarenakan faktor produksi usaha, modal dapat berbentuk uang atau barang guna sebagai dasar untuk melakukan pekerjaan atau usaha. Tanpa adanya permodalan yang cukup maka usaha tidak akan berjalan sesuai apa yang telah direncanakan. Kasmir (2016) mendefinisikan modal kerja sebagai modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan jangka pendek. Permodalan usaha didapatkan dari pihak internal usaha dan eksternal usaha. Pengusaha atau pedagang pasar tradisional dalam melaksanakan dan mengembangkan usahanya membutuhkan sumber-sumber modal. Peningkatan usaha dengan menambah permodalan dengan cara kredit adalah pengungkit agar usaha pengusaha atau pedagang pasar tradisional dapat melaju kencang.

Menurut data yang dilansir *BRI Micro & SME Q4 2020* kebutuhan kredit UMKM adalah 75,7%

untuk menjalankan usahanya. Faktanya hanya 19,41% UMKM terhubung dengan Lembaga keuangan (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2020). Data tersebut memberikan gambaran

masih rendahnya akses pengusaha UMKM ke Lembaga keuangan adapun permasalahan yang dapat disebut sebagai *unbanked dan underbanked* disebabkan oleh berbagai faktor yaitu (1) *price barrier* yaitu jasa bunga yang mahal dari lembaga keuangan, (2) *information barrier* adanya celah informasi yang mengakibatkan informasi tidak sampai ke pengusaha UMKM, (3) *product barrier*, seringkali pengusaha tidak mengetahui produk kredit yang cocok bagi usaha mereka, dari jangka waktunya, jenis bunga (flat, annuitas, efektif), plafon pinjaman, jaminan, dan kemampuan membayar. (4) *channel barrier*, belum mengetahui sarana penyedia pinjaman yang sesuai dengan karakteristik pengusaha pasar tradisional atau UMKM. 92 juta orang di Indonesia dalam kondisi *Unbanked* yaitu tidak memiliki rekening Bank, dan 47 juta orang dalam kondisi *underbanked* yaitu memiliki rekening bank namun tidak memiliki akses kredit, investasi dan asuransi (Katadata, 2019).

## METODE

Metode yang dilakukan secara spesifik mitra dari PkM ini adalah pedagang pasar yang terdaftar di Asosiasi Pengelola Pasar Seluruh Indonesia (Asparindo). Tolak ukur kinerja pedagang pasar tradisional akan dijelaskan lebih rinci sebagai berikut.

### Uraian Kepakaran dan Tugas Tim Pengusul

No	Nama	Program Studi	Job Description	Posisi
1	Deny Ismanto, S.E.,M.M.	Manajemen	Pengembangan Bisnis, Badan Hukum, pengelolaan SDM, Penjaminan Mutu	Ketua Pengusul
2	Mustika Rahmi, S.E., M.Sc.	Manajemen	Pengelolaan keuangan, Anggaran, Investasi	Anggota Pengusul
3	Candra Vionela M, S.E., M.Sc..	Manajemen	Analisis Perilaku Pasar, Hubungan Stakeholder	Anggota Pengusul
4	Indi Deli Fiallo Wibowo	Manajemen	Pengembangan Bisnis, Administrasi, dan Dokumentasi	Mahasiswa

---

5	Besse Oktalina Cahyani	Manajemen	Analisis Perilaku Pasar, Administrasi, dan Dokumentasi	Mahasiswa
---	------------------------	-----------	--	-----------

---

Program PkM ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk ikut mempraktekkan ilmu yang diperoleh di perkuliahan dengan pengalaman dunia bisnis nyata dan mendukung program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Hal ini juga mendukung Indikator Kinerja Utama (IKU) 2 yaitu mahasiswa mendapat pengalaman diluar kampus.

### **HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK**

Kegiatan yang pertama dilakukan adalah mengadakan *Focus Group Discusstion* (FGD) dengan Asosiasi Pedagang Pasar Indonesia (ASPARINDO) dan Kepala Pasar Yogyakarta, Semarang dan Solo, dari hasil FGD tersebut disepakati beberapa kegiatan yang akan dilakukan secara bersama. ASPARINDO sangat menyambut baik kerjasama ini karena dapat membantu meningkatkan literasi keuangan berbasis digital untuk para pedagang pasar tradisonal. Dampak dari adanya kegiatan ini adalah dapat meningkatkan kapasitas dan perilaku keuangan bagi para pedagang pasar.



**Gambar 1.** FGD dengan ASPARINDO dan Kepala Pasar Yogyakarta, Semarang dan Solo

Kegiatan kedua dari pengabdian ini adalah memberikan literasi keuangan berbasis digital kepada kepala pasar dan staff pasar Beringharjo yogyakarta, mereka sangat antusias dengan kegiatan ini karena memberikan manfaat yang banyak khususnya terkait literasi keuangan berbasis digital.



**Gambar 2.** Pelatihan literasi keuangan

## **SIMPULAN**

Kesimpulan dari pengabdian ini adalah dapat meningkatkan literasi keuangan berbasis digital bagi pedagang pasar tradisional. Adapun sarannya adalah keberlanjutan program kerjasama ini.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Ucapan terimakasih disampaikan kepada:

- 1). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan (LPPM UAD) yang telah mengijinkan dan memberikan dana dalam pelaksanaan pengabdian ini,
- 2). Asosiasi Pasar Seluruh Indonesia (ASPARINDO) dan Kepala Pasar Beringharjo yang telah menjadi mitra sehingga pengabdian ini terlaksana dengan baik

## **DAFTAR PUSTAKA**

1. Pertumbuhan Ekonomi DIY Triwulan II tahun 2021, Badan Pusat Statistik 2021
2. Porteus, 2014, Pathways to Smarter Digital Financial Inclusion, Capco Institute's Journal of Financial Transformation, vol 42
3. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
4. Munawir, 2014. Analisa Laporan Keuangan, Liberty Yogyakarta
5. Kasmir, 2016, Analisis Laporan Keuangan, Raja Grafindo Persada, Jakarta
6. Direktori Pasar dan Pusat Perdagangan Buku II : Pulau Jawa, Bali, Nusa Tenggara, Badan Pusat Statistik 2020
7. *BRI Micro & SME Index*, Bank Rakyat Indonesia, 2020
8. Aprilianti, Ira, 2021. *Co-regulating the Indonesian Digital Economy*, Center for Indonesian Policy Studies, Jakarta
9. Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Tahun 2018, Badan Pusat Statistik 2019.