

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar Sleman merupakan salah satu pasar rakyat tipe II yang berlokasi di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai pusat aktivitas perdagangan dan perekonomian masyarakat lokal, Pasar Sleman tidak hanya menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial yang mencerminkan kearifan lokal. Pasar Sleman terbagi menjadi dua unit, yaitu Pasar Sleman Unit 1 yang dibangun sejak tahun 1975, dan Pasar Sleman Unit 2 yang baru didirikan pada tahun 2017 dengan penerapan Standar Nasional Indonesia (SNI) Pasar Rakyat 8152:2021. Penerapan standar tersebut mencakup aspek legalitas, fasilitas, penggunaan teknologi informasi, hingga peningkatan kapasitas pemahaman digital pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, Pasar Sleman Unit 1 hingga saat ini belum sepenuhnya menerapkan standar tersebut, dan masih didominasi oleh system pengelolaan konvensional. Berdasarkan data pengelola Pasar Sleman Unit 1 (2024), di pasar tersebut terdapat total keseluruhan 527 pedagang aktif yang sebagian besar merupakan pelaku UMKM yang mengandalkan aktivitas transaksi jual-beli secara tradisional sebagai sumber pengidupan utama mereka.

Tabel 1.1 Kelompok Usia Pedagang Pasar Sleman Unit 1

No.	Rentang Usia	Laki-Laki	Perempuan	Total
1.	< 25	2	5	7
2.	26 – 35	13	19	32
3.	36 – 45	30	43	73
4.	46 – 55	37	118	155
5.	56 – 65	43	88	138
6.	66 – 75	23	66	89
7.	> 76	9	24	33
Subtotal Pedagang		157	363	527

Sumber: Data Pengelola Pasar Sleman Unit 1 (2024)

Meskipun memiliki peran penting dalam menopang ekonomi lokal, Pasar Sleman Unit 1 masih menghadapi berbagai tantangan dalam aspek pengelolaan modern, khususnya dalam penerapan digitalisasi. Berbeda dengan Unit 2 yang sudah dilengkapi dengan fasilitas berbasis teknologi, Unit 1 belum memiliki sistem pembayaran non-tunai, pengelolaan data digital, maupun informasi harga bahan pokok secara digital. Salah satu penyebab utama keterlambatan dalam mengadopsi dan transformasi digital adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Berdasarkan data pengelola, mayoritas pedagang di Pasar Sleman Unit 1 berada pada kelompok usia produktif, yaitu 79% diantaranya berusia di atas 45 tahun, dengan 155 orang berusia 46-55 tahun dan 138 orang pada rentang usia 56-65 tahun (Data Pengelola Pasar Sleman Unit 1, 2024). Keterbatasan usia ini berdampak pada rendahnya kemampuan dalam mengadopsi dan menerapkan teknologi, karena banyak pelaku UMKM yang lebih nyaman dalam menggunakan metode perdagangan konvensional dan belum terbiasa mengakses teknologi digital. Hal ini semakin memperkuat jarak antara kebutuhan modernisasi pasar rakyat dan kesiapan Sumber Daya Manusia (SDM) yang tersedia.

Masalah keterbatasan literasi digital yang terjadi di Pasar Sleman Unit 1 mencerminkan kondisi yang lebih luas di berbagai pasar rakyat di Indonesia. Transformasi digital yang pesat, terutama dengan hadirnya platform *e-Commerce*, telah mengubah pola konsumsi masyarakat dan mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi dengan sistem perdagangan daring. Menurut Wijoyo et al. (2020), *e-Commerce (Elektronic Commerce)* atau dalam Bahasa Indonesia disebut Perdagangan Secara Elektronik merupakan sebuah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, dan pemasaran (jasa dan barang), melalui jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. Layanan *e-Commerce* ini dapat memungkinkan pedagang dan pembeli untuk melakukan transaksi jual-beli kapan saja dan dari mana saja melalui perangkat digital, yang dapat meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar. Namun demikian, banyak pelaku UMKM, khususnya yang berusia menengah ke atas, tidak terbiasa atau belum memiliki kemampuan maupun kepercayaan diri untuk memanfaatkan teknologi tersebut. Mereka cenderung memilih cara berdagang konvensional, seperti penjualan tatap

muka dan pembayaran secara tunai, karena dinilai lebih mudah dan familiar. Akibatnya, kesenjangan digital semakin melebar dan memperlemah daya saing pasar rakyat terhadap toko swalayan maupun platform digital yang terus berkembang (Jyanthi & Dinaseviani, 2022).

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses transformasi digital tidak cukup hanya dengan menyediakan akses teknologi, tetapi juga diperlukan pendekatan yang lebih mendalam melalui proses pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan dalam konteks ini bukan sekadar meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kepercayaan diri, pemahaman kritis, dan kemandirian dalam memanfaatkan teknologi untuk pengembangan usaha. Menurut Suharto (2009), pemberdayaan Masyarakat merupakan sebuah upaya yang dilakukan secara sistematis guna meningkatkan kapasitas individu maupun kelompok dalam mengakses sumber daya, membuat keputusan, dan mengelola perubahan sosial secara mandiri. Dalam sektor perdagangan, pemberdayaan berbasis digital menjadi penting agar pelaku UMKM tidak hanya mampu mengikuti perkembangan zaman, tetapi juga dapat memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk memperkuat posisi ekonomi mereka (Lasiyono et al., 2025). Tanpa pemberdayaan, digitalisasi berisiko menciptakan ketimpangan baru antara kelompok yang adaptif dan yang tertinggal, terutama di lingkungan pasar rakyat yang selama ini belum sepenuhnya tersentuh program peningkatan kapasitas berbasis teknologi.



Gambar 1.1 Logo Penggerak Muda Pasar Rakyat

Sumber: Kementerian Perdagangan (2024)

Melihat keterbatasan kemampuan adaptasi digital di kalangan pelaku UMKM, pemerintah melalui Kementerian Perdagangan (Kemendag) bersama

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud Ristek) meluncurkan program Penggerak Muda Pasar Rakyat (PMPR) sebagai bagian dari program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Kampus Merdeka (Kementerian Perdagangan, 2022a). Program ini melibatkan mahasiswa aktif dari berbagai daerah di Indonesia sebagai fasilitator yang mendampingi langsung pedagang di pasar rakyat dalam proses pemberdayaan. PMPR memiliki tiga fokus utama, yaitu penerapan Standar Nasional Indonesia (SNI) pasar rakyat, digitalisasi pasar, dan aktivasi sekolah pasar (Kementerian Perdagangan, 2022b). Sekolah Pasar menjadi media utama kegiatan pemberdayaan dalam program ini, di mana mahasiswa menyusun dan menjalankan kurikulum informal dengan disesuaikan pada kebutuhan lokal pedagang. Dalam hal ini, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pendamping, melainkan juga sebagai jembatan komunikasi dan agen perubahan yang berupaya menyederhanakan teknologi agar dapat diakses dan dipahami oleh pelaku UMKM dari berbagai latar belakang usia dan Pendidikan.

Berbagai penelitian terdahulu telah membahas pemberdayaan UMKM dalam menghadapi tantangan digital, terutama melalui pelatihan teknis oleh komunitas atau lembaga pemerintah. Salah satu di antaranya adalah penelitian oleh Nugraha (2023) yang mengkaji program *Digital Entrepreneur Academy (DEA)* oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Blora. Penelitian tersebut menggunakan konsep pemberdayaan dari Mardikanto, yang menekankan pada empat aspek (bina manusia, bina usaha, bina lingkungan, dan bina kelembagaan). Meskipun memberi kontribusi pada pemahaman pelatihan digital UMKM, penelitian tersebut belum menggambarkan secara mendalam terkait proses dan tahapan interaksi antara fasilitator dan pelaku UMKM pada konteks pemberdayaan Masyarakat.

Penelitian yang dilakukan penulis akan berfokus pada proses dan tahapan pemberdayaan yang dilakukan oleh fasilitator program Penggerak Muda Pasar Rakyat (PMPR) di Pasar Sleman Unit 1. Dalam kerangka analisis, penelitian ini menggunakan teori diseminasi informasi dari Ordonez & Serrat (2009) untuk memahami bagaimana proses penyampaian informasi terkait digitalisasi dilakukan, serta konsep pemberdayaan masyarakat dari Suharto (2009) yang meliputi lima tahapan, yaitu pemungkinan, penguatan, perlindungan, penyokongan, dan

pemeliharaan. Kerangka ini memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap dinamika pendampingan dan transformasi terkait pengetahuan teknologi digital yang berlangsung secara partisipatif dan berjenjang. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis menetapkan judul penelitian ini sebagai **“Proses Fasilitator Pemberdayaan Masyarakat dalam Mengembangkan UMKM melalui digitalisasi (Studi pada Program Penggerak Muda Pasar Rakyat Kementerian Perdagangan di Pasar Sleman Unit 1)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka penulis merumuskan masalah **“Bagaimana proses pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh fasilitator program Penggerak Muda Pasar Rakyat (PMPR) Kementerian Perdagangan dalam mengembangkan UMKM melalui digitalisasi di Pasar Sleman Unit 1?”**

1.3 Batasan Masalah

Dalam sebuah penelitian diperlukan adanya batasan penelitian guna memperjelas ruang lingkup pembahasan agar tidak melebar dari fokus utama. Batasan ini bertujuan untuk mengarahkan penelitian agar tetap sesuai dengan tujuan dan permasalahan yang telah dirumuskan. Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini memiliki fokus pada program Penggerak Muda Pasar Rakyat (PMPR) yang diinisiasi oleh Kementerian Perdagangan di Pasar Sleman Unit 1, dengan menjadikan fasilitator sebagai subjek utama penelitian.
- 2) Penelitian ini hanya menelaah proses pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh fasilitator kepada pedagang atau pelaku UMKM di Pasar Sleman Unit 1 melalui pendekatan digitalisasi, khususnya dalam konteks penyampaian informasi, edukasi, dan pendampingan.
- 3) Penelitian ini menggunakan teori diseminasi informasi yang dikemukakan oleh Ordonez & Serrat (*source, content, context, medium, user*), dan konsep pemberdayaan masyarakat menurut Edi Suharto (5P: pemungkinan, penguatan, perlindungan, penyokongan, dan pemeliharaan).

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh fasilitator program Penggerak Muda Pasar Rakyat (PMPR) Kementerian Perdagangan dalam pengembangan UMKM melalui digitalisasi di Pasar Sleman Unit 1.

1.5 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat bermanfaat dalam aspek teoritis dan praktis. Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar dalam pengembangan ilmu pengetahuan, secara khusus terkait pemberdayaan masyarakat dan digitalisasi dalam pengembangan UMKM. Serta, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara langsung bagi pihak-pihak terkait, seperti pengelola pasar, pelaku UMKM, dan pemerintah. Selain itu, hasil temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam merancang program pemberdayaan masyarakat berbasis digital untuk mendukung pertumbuhan UMKM.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada skripsi ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan skripsi. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

1.6.1 Bagian Awal Skripsi

Pada bagian awal skripsi memuat halaman sampul depan, halaman lembar persetujuan dosen pembimbing, halaman lembar pengesahan, halaman pernyataan orisinalitas, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, dan abstraksi.

1.6.2 Bagian Utama Skripsi

Pada bagian utama yang menjadi isi dalam skripsi ini terbagi atas bab dan sub bab dengan penjelasan sebagai berikut:

BAB I – PENDAHULUAN

Dalam bab I atau pendahuluan ini terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II – TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab II atau tinjauan pustaka ini terdiri atas:

- 1) Hasil riset terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang penulis lakukan.
- 2) Landasan teoritis yang berisi tentang pembahasan pengertian Pemberdayaan Masyarakat, Diseminasi Informasi, dan Penggerak Muda Pasar Rakyat.
- 3) Kerangka konsep yang menjelaskan konsep-konsep utama yang digunakan dalam penelitian ini, serta bagaimana keterkaitan antara variabel-variabel yang diteliti untuk memberikan landasan teoritis yang kuat.

BAB III – METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab III atau metodologi penelitian ini, penulis menjelaskan metode penelitian yang digunakan dalam kajian pemberdayaan masyarakat. Agar tersusun secara sistematis, bab ini mencakup beberapa aspek utama dalam metode penelitian, yaitu:

- 1) Paradigma Penelitian
- 2) Pendekatan Penelitian
- 3) Metode Penelitian
- 4) Subjek dan Objek Penelitian
- 5) Teknik Pengambilan Data
- 6) Teknik Penentuan Informan
- 7) Waktu Penelitian
- 8) Teknik Analisis Data
- 9) Teknik Keabsahan Penelitian

BAB IV – TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab IV atau temuan dan pembahasan ini, penulis memaparkan temuan penelitian serta analisis yang dilakukan terhadap data yang telah dikumpulkan. Bagian ini berisi hasil penelitian mengenai pemberdayaan masyarakat dalam mengembangkan UMKM melalui digitalisasi di Pasar Sleman, yang diperoleh melalui observasi, wawancara, serta data pendukung lainnya. Secara rinci, penulis mengklasifikasikan ke dalam:

- 1) Temuan Penelitian
- 2) Proses Diseminasi Informasi Digital
- 3) Proses Pemberdayaan UMKM
- 4) Pembahasan

BAB V – PENUTUP

Dalam bab V atau penutup ini, penulis memberikan kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan merangkum permasalahan yang diangkat dalam penelitian serta hasil analisis yang diperoleh secara objektif. Sementara itu, saran berisi rekomendasi sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan dan keterbatasan yang ditemukan. Rekomendasi dijelaskan sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan dan keterbatasan yang ditemukan.

1.6.3 Bagian Akhir Skripsi

Pada bagian akhir skripsi ini terdapat lembar daftar pustaka dan lembar daftar lampiran yang digunakan sebagai referensi serta pendukung dalam penelitian ini.