

PENINGKATAN DAYA SAING PEDAGANG PASAR REJOWINANGUN MAGELANG MELALUI SEKOLAH PASAR

ENHANCEMENT COMPETITIVENESS OF REJOWINANGUN MAGELANG MARKET TRADERS THROUGH MARKET SCHOOLS

¹⁾Fahmi Medias, ²⁾Zulfikar Bagus Pambuko, ³⁾Sambodo Sriadi Pinilih

^{1,2)}Fakultas Agama Islam, ³⁾Fakultas Ilmu Kesehatan

Universitas Muhammadiyah Magelang

Jl. Mayjend Bambang Soegeng KM. 5 Mertoyudan Magelang 56172

*Email: fahmimedias@ummgl.ac.id

ABSTRAK

Pasar Rejowinangun yang terletak di Jantung Kota Magelang merupakan salah satu pasar tradisional yang mempunyai keterikatan sejarah dengan perkembangan sosial ekonomi masyarakat Kota Magelang. Ketidamampuan pasar tradisional dalam bersaing dengan pasar modern menjadi masalah tersendiri yang harus segera diselesaikan. Masalah yang dihadapi oleh para pedagang pasar adalah rendahnya kesadaran dalam penerapan etika bisnis Islam, minimnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan dan manajemen usaha, dan rendahnya kesadaran budaya bersih dan sehat. Sekolah Pasar bagi pedagang dilaksanakan untuk memberikan solusi atas permasalahan tersebut sehingga mampu meningkatkan kesadaran perilaku Islami pedagang dalam bertransaksi, implementasi usaha berbasis manajemen keuangan, dan peningkatan kesadaran perilaku hidup bersih dan sehat di pasar. Pemberdayaan masyarakat melalui model partisipatif atau Participatory Rural Appraisal (PRA) sangat efektif membantu para pedagang pasar dalam meningkatkan daya saing diantara pasar modern. Hasil sekolah pasar ini menunjukkan bahwa implementasi manajemen keuangan usaha bagi para pedagang memberikan pengaruh signifikan dalam peningkatan keuntungan usaha, peningkatan daya saing pasar dengan mengoptimalkan online store bagi produk-produk pedagang pasar, peningkatan bauran pemasaran produk pedagang pasar, serta semakin membaiknya pelaporan keuangan usaha para pedagang. Di lain sisi, sekolah pasar memberikan kesadaran kepada pedagang dalam melakukan transaksi sesuai dengan prinsip jual beli dalam Islam serta peningkatan kesadaran gaya hidup bersih dan sehat yang berpengaruh pada meningkatnya kunjungan pembeli.

Kata Kunci : Pedagang Pasar, Sekolah Pasar, Daya Saing, Rejowinangun

ABSTRACT

Rejowinangun Market which is located in the Heart of Magelang City is one of the traditional markets that have historical attachments to the socio-economic development of the people of Magelang City. The inability of traditional markets to compete with modern markets is a separate problem that must be resolved immediately. The problems faced by market traders are the low awareness in the application of Islamic business ethics, the lack of understanding of financial management and business management, and the lack of clean and healthy cultural awareness. Market Schools for traders are carried out to provide solutions to these problems so as to increase awareness of traders' Islamic behavior in transactions, financial management-based business implementation, and increased awareness of clean and healthy living behavior on the market. Community empowerment through a participatory model or Participatory Rural Appraisal (PRA) is very effective in helping market traders in increasing competitiveness among modern markets. The results of this market school show that the implementation of business financial management for traders has a significant influence in increasing business profits, increasing market competitiveness by optimizing online stores for market traders products, increasing market marketing product mix, and improving business financial reporting merchant. On the other hand, market schools provide awareness to traders in conducting transactions in accordance with the principles of buying and selling in Islam and increasing awareness of clean and healthy lifestyles that affect the increase in buyer visits.

Keywords: Market Traders, Market Schools, Competitiveness, Rejowinangun

PENDAHULUAN

Perkembangan dan dinamika Kota Magelang yang pesat sebagai Kota Jasa saat ini tidak terlepas dari kondisi geografis yang ada walaupun luasnya hanya 18,12 km². Secara astronomis, Kota Magelang terletak pada 110°12'30" - 110°12'52" Bujur Timur dan 7°26'28" - 7°30'9" Lintang Selatan. Berdasarkan posisi geografisnya, Kota Magelang berada di tengah-tengah wilayah Kabupaten Magelang, dimana sisi utara berbatasan dengan Kecamatan Secang, Sisi Timur dengan Kecamatan Tegalrejo, sisi selatan dengan Kecamatan Mertoyudan dan sisi barat dengan Kecamatan Bandongan. Kota Magelang terdiri dari 3 kecamatan yang terletak dalam satu hamparan yang tidak terpisah, yaitu: Kecamatan Magelang Selatan, Kecamatan Magelang Tengah, dan Kecamatan Magelang Utara dengan luas wilayah berturut-turut adalah 6.128 km², 5.104 km², dan 6.888 km².



Gambar 1.1. Peta Wilayah Kota Magelang
(Sumber : Kota Magelang dalam Angka 2016)

Letak strategis Kota Magelang juga ditunjang dengan penetapan Kota Magelang sebagai Pusat Kegiatan Wilayah (PKW) Kawasan Purwomanggung (Kabupaten Purworejo, Kabupaten Wonosobo, Kabupaten Temanggung, Kota Magelang dan Kabupaten Magelang) dalam Rencana Tata Ruang Nasional dan Rencana Tata Ruang Provinsi Jawa Tengah. Secara topografis Kota Magelang merupakan dataran tinggi yang berada kurang dari lebih 380 m di atas permukaan laut, dengan kemiringan berkisar antara 50 - 450, sehingga Kota Magelang merupakan wilayah yang bebas banjir dengan ditunjang keberadaan sungai Progo di sisi barat dan sungai Elo di sisi timur. Klimatologi Kota Magelang dikategorikan sebagai daerah beriklim basah dengan curah hujan yang cukup tinggi sebesar +7,10 mm/th.

Jumlah penduduk Kota Magelang yang tercatat oleh BPS pada tahun 2015 sebesar 120.995 jiwa. Jumlah penduduk mengalami pertumbuhan sebesar 0,52% dengan sex ratio sebesar 97,12. Kecamatan Magelang tengah memberikan kontribusi jumlah penduduk yang terbanyak, yaitu sebesar 36,40%. Urutan kontribusi terbanyak berikutnya adalah Kecamatan Magelang Selatan (33,56%) dan urutan terakhir adalah Kecamatan Magelang Utara.

Menurut hasil SAKERNAS Agustus 2015, jumlah angkatan kerja di Kota Magelang sebanyak 61.060 orang. Dari sejumlah angkatan kerja tersebut, banyaknya orang yang bekerja sejumlah 57.133 orang, dan pencari kerja sejumlah 3.927 orang. Proporsi laki-laki yang bekerja sebesar 54,81% dan proporsi laki-laki yang sedang mencari pekerjaan sebesar 65,14%. Kota Magelang sebagai kota jasa tentunya juga tidak terlalu potensi di bidang industri. Hanya terdapat 588 jumlah perusahaan industri kecil formal di tahun 2015 yang berhasil menampung 3.436 pekerja. Terdapat beberapa kelompok sentra industri yang diusahakan di Kota Magelang, meliputi industri parut/ kompor, industri konveksi, industri mainan anak, industri tahu / tempe, dan jenis industri kerupuk iris.

Dalam pemasaran produk dan pemenuhan kebutuhan masyarakat Kota Magelang, hingga tahun 2016 pemerintah Kota Magelang memfasilitasi dengan penyediaan pusat perbelanjaan. Diantaranya adalah 5 pasar tradisional, 20 jenis usaha minimarket, 7 jenis usaha supermarket, dan 17 usaha kategori grosir. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa pasar tradisional di Kota Magelang terdesak oleh keberadaan pasar modern dalam berbagai level dan dimungkinkan sangat sulit untuk bersaing karena menggunakan konsep penjualan produk yang lebih lengkap dan dikelola lebih profesional.

Secara historis, kemunculan pasar modern di Indonesia berawal dari pusat perbelanjaan modern Sarinah di Jakarta pada tahun 1966 dan selanjutnya diikuti pasar-pasar modern lain (1973 dimulai dari Sarinah Jaya, Gelael dan Hero; 1996 munculnya hypermarket Alfa, Super, Goro dan Makro; 1997 dimulai peritel asing besar seperti Carrefour dan Continent; 1998 munculnya minimarket secara besar-besaran oleh Alfamart dan Indomaret; 2000-an liberalisasi perdagangan besar kepada pemodal asing), serta melibatkan pihak swasta lokal maupun asing. Pesatnya perkembangan pasar yang bermodal kuat dan dikuasai oleh satu manajemen tersebut dipicu oleh kebijakan pemerintah untuk memperkuat kebijakan penanaman modal asing. Dampak dari hal yang dikemukakan, menurut survei AC Nielsen pada tahun 2013 (Kompas, 2014) didapatkan data bahwa pertumbuhan pasar modern 31,4% dan pasar tradisional bahkan minus 8,1%. Hal ini menunjukkan adanya masalah yang dihadapi pasar tradisional sebagai wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi skala menengah kecil.

Dari ilustrasi (fakta dan data) yang dikemukakan, banyak hal yang sebenarnya membuat pasar tradisional mulai kehilangan tempat di Indonesia, khususnya di Kota Magelang. Perilaku konsumen semakin *demanding* karena konsumen kian memahami haknya, sedangkan di sisi lain mereka hanya memiliki waktu dan kesempatan yang semakin terbatas untuk berbelanja. Perubahan perilaku konsumen yang cenderung *demanding* menyebabkan mereka beralih ke pasar modern. Pasar-pasar modern dikemas dalam tata ruang yang apik, terang, lapang, dan sejuk. Pengalaman berbelanja tidak lagi disugahi dengan suasana yang kotor, panas, sumpek, dan becek. Lain daripada itu, tingkat kesadaran masyarakat terhadap kesehatan yang semakin meningkat, kurang dapat ditangkap oleh para pengelola pasar tradisional yang tidak begitu memerhatikan kebersihan pasar dan fasilitas pasar. Kehadiran pasar-pasar modern membuat belanja menjadi suatu wisata keluarga yang memberikan pengalaman tersendiri dan konsumen kian senang menjadi raja yang dimanja.

Disamping itu, faktor desain, tata ruang, tata letak, tampilan pasar dan optimalisasi pemanfaatan ruang jual serta keragaman dan kualitas barang, promosi, jam operasional pasar yang terbatas merupakan kelemahan terbesar pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern. Kenyataan-kenyataan di atas tak pelak membuat para pengunjung pasar tradisional beralih memilih pasar modern yang lebih menawarkan kelengkapan dan kenyamanan berbelanja dibandingkan pasar tradisional. Di lain sisi, pedagang pada pasar tradisional juga belum mampu memiliki daya saing dengan pasar modern dikarenakan pengetahuan pedagang pasar tradisional yang masih minim. Penentuan harga, pengelolaan keuangan, pembukuan adalah beberapa aspek yang terkadang dilupakan oleh para pedagang pasar tradisional

Tidak terkecuali dengan apa yang dihadapi di Pasar Rejowinangun yang merupakan salah satu pasar terbesar di Kota Magelang diantara 4 pasar tradisional lainnya, yaitu Pasar Kebonpolo, Pasar Gotong Royong, Pasar Cacaban, dan Pasar Sidomukti. Pasca mengalami musibah kebakaran pada 2008 silam, pemerintah kota membangun kembali Pasar Rejowinangun dengan menggunakan investasi dan dana anggaran APBD yang terkumpul sekitar lima tahun, mulai tahun 2013 dan pemerintah pusat juga menyumbang bantuan sebesar Rp. 7 miliar dengan biaya total untuk membangun kembali (merenovasi) pasar diperkirakan mencapai Rp 40 miliar. (KRJogja.com edisi Minggu, 10 November 2013)

Pasar Rejowinangun pasca renovasi terdiri dari dua lantai yang terdiri dari los, kios, dan lesehan yang terbagi dalam dua bagian dimana di bagian tengah terdapat pintu masuk pasar dan akses jalan serta area parkir yang luas. Pembagian kios atau los dipisahkan berdasar jenis dagangan seperti los buah, los sayur mayur, los daging, los pakaian, los elektronik, dan sebagainya. Pembagian tersebut

memudahkan pembeli mencari barang yang dibutuhkan. Sebagai pasar dengan penampilan baru yang lebih bersih, rapi, dan luas memberikan daya tarik tersendiri bagi masyarakat.

Pembagian los-los menjadikan persaingan antar pedagang semakin ketat karena barang yang dijual homogen dalam satu tempat. Pedagang juga harus menyesuaikan diri dengan pedagang lain yang mungkin sebelumnya tidak begitu mengenal. Selain itu, penjualan barang dagangan yang bersifat homogen dalam satu tempat memungkinkan pelanggan untuk berpindah berlangganan kepada pedagang lain. Untuk itu dibutuhkan keahlian pedagang untuk menarik pembeli dan kepercayaan yang tinggi antara pedagang dengan pembeli agar pembeli tidak berpindah berlangganan kepada pedagang lain bahkan berpindah ke pasar modern yang ada di Kota Magelang.



Gambar 1.1 Kondisi Lingkungan Pasar Rejowinangun

Banyaknya pedagang baru serta dibarengi dengan pengetahuan akan pasar yang masih minim, di lain sisi, faktor pengetahuan agama, iptek tentang tata kelola keuangan, kurangnya perilaku hidup bersih dan sehat yang ada pada pedagang pasar Rejowinangun menjadikan mereka kurang bisa bersaing dengan apa yang sudah ditawarkan pasar modern. Permasalahan-permasalahan tersebut membutuhkan sebuah solusi yang tepat, dimana dengan adanya pengabdian kepada masyarakat melalui pelaksanaan sekolah pasar bagi para pedagang di pasar Rejowinangun dikira mampu untuk meningkatkan ilmu pengetahuan serta teknologi para pedagang agar mampu bersaing dengan pasar modern di Kota Magelang.

METODE

Metode yang akan digunakan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah metode pemberdayaan masyarakat partisipatif atau *Participatory Rural Appraisal* (PRA). PRA adalah suatu metode pendekatan dalam proses pemberdayaan dan peningkatan partisipasi masyarakat, yang tekanannya pada keterlibatan masyarakat dalam keseluruhan kegiatan yang dilaksanakan. Seluruh rangkaian kegiatan akan dilaksanakan kurang lebih selama 8 bulan. Tahap-tahap dari model PRA adalah sebagai berikut:

a. Pengenalan masalah/kebutuhan dan potensi serta penyadaran

Dalam tahap ini dilakukan identifikasi terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi mitra. Melalui mekanisme *Forum Discussion Group* (FGD) I, permasalahan yang dihadapi oleh mitra terangkum dalam tiga aspek, yaitu aspek keagamaan, manajemen, dan kesehatan.

b. Penentuan solusi pemecahan masalah

Tim pengusul melaksanakan *Forum Discussion Group* (FGD) II dengan mitra untuk menentukan alternatif pemecahan masalah yang sudah diprioritaskan, termasuk penentuan jadwal kegiatan, tempat pelaksanaan, dan peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat. solusi pemecahan masalah yang disepakati adalah sekolah pasar.

c. Perencanaan penerapan gagasan dan penyajian rencana kegiatan

Tahap ini disusun oleh tim pengusul dengan tetap melibatkan mitra, sehingga pelaksanaannya tertib dan lancar serta dapat optimal hasilnya. Tim pengusul akan menyusun kurikulum, rencana pembelajaran, dan modul belajar sekolah pasar.

d. Sosialisasi kegiatan

Tim pengusul mensosialisasikan kegiatan sekolah pasar yang akan dilaksanakan kepada dinas terkait dan kedua mitra. Pada tahap ini, mitra akan diberi informasi tentang segala hal yang berkaitan dengan sekolah pasar dan dimotivasi agar tergerak untuk mengikuti program ini.

e. Pelaksanaan kelas pasar

Kelas pasar berbentuk pertemuan rutin yang bersifat klasikal dan diskusi. Kelas pasar dilakukan selama 12 – 15 pertemuan per mitra. Materi yang akan disampaikan berbentuk materi umum dan materi khusus.

Materi umum yang akan dipaparkan adalah sebagai berikut.

- 1) Materi keagamaan terkait dengan ibadah dan etika bisnis Islam
- 2) Materi manajemen terkait dengan perencanaan keuangan, pelaporan keuangan, analisa persaingan, kemitraan dagang, dan lain sebagainya.
- 3) Materi kesehatan terkait dengan perilaku hidup sehat, higienitas, dan lain sebagainya.

Sedangkan materi khusus adalah materi yang disesuaikan dengan kondisi pada mitra yang didasarkan pada *assessment* dan hasil diskusi dalam kelas pasar. Seluruh materi yang disampaikan merupakan kombinasi dari teori dan praktik / aplikasi.

f. Pelaksanaan klinik pasar

Klinik pasar berbentuk kegiatan pendampingan langsung kepada mitra. Klinik pasar dilakukan hingga kegiatan PPM ini berakhir. Kegiatan pendampingan dilaksanakan dalam bentuk pemecahan masalah yang dihadapi oleh mitra secara individual, baik dari aspek keagamaan, manajemen, maupun perilaku hidup sehat

3.1 Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program adalah tidak semua permasalahan yang dihadapi diselesaikan dengan bantuan pendanaan dari tim pelaksana. Namun mitra juga harus mengeluarkan dana untuk membantu proses penyelesaian masalah. Diantaranya adalah penyediaan sarana pelaporan keuangan dan penyiapan tempat pembuangan sampah. Lain daripada itu, tim pengusul bersama-sama dengan para peserta sekolah pasar akan melakukan gotong royong untuk membersihkan area dagang mitra dan menata produk sehingga dapat menarik minat calon pembeli.

3.2 Evaluasi Pelaksanaan dan Keberlanjutan Program

Evaluasi dilakukan setiap 1 materi telah selesai dipaparkan. Evaluasi tersebut meliputi 1) setelah selesai materi agama, maka dilakukan evaluasi tentang pemahaman dan praktik sehari-hari dari para pedagang, 2) setelah selesai materi manajemen keuangan, maka dilakukan evaluasi terhadap penerapan manajemen keuangan dalam praktik usaha yang dijalankan, dan 3) setelah materi kesehatan, maka akan dilakukan evaluasi terhadap penerapan dan kesadaran perilaku hidup sehat dan bersih di lingkungan pasar. Ketiga kegiatan evaluasi di atas merupakan monev internal yang dilakukan oleh tim pengusul bersama dengan para peserta sekolah pasar. Tim pengusul juga akan

melakukan movev eksternal, yaitu dengan kemenristekdikti untuk memastikan keberlangsungan kegiatan pasca program hibah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sekolah pasar bagi asosiasi pedagang pasar Rejowinangun ini sudah dilaksanakan selama 5 bulan yaitu sejak bulan April 2018. Kegiatan diawali dengan mengajukan perizinan kepada Dinas Pasar Kota Magelang, UPT Pasar Rejowinangun, dan ketua asosiasi pedagang pasar Rejowinangun Magelang. Setelah memperoleh izin, kemudian tim sekolah pasar mengadakan sosialisasi kepada asosiasi pedagang pasar yang diwakili oleh Bapak Nashirudin Hadi selaku pimpinan asosiasi pedagang dan Bapak Heri selaku Ketua UPT Pasar Rejowinangun.

Dalam kegiatan sosialisasi tersebut disampaikan tujuan pelaksanaan sekolah pasar, program kerja yang akan dilaksanakan, dan jadwal pelaksanaan kegiatan oleh tim pelaksana. Disepakati bersama bahwa kegiatan-kegiatan yang sudah direncanakan akan dilaksanakan sejak bulan Mei 2018 sesuai kesepakatan dengan para pedagang. Oleh karena itu, pedagang diminta keterlibatan dan keaktifannya untuk mengikuti kegiatan ini. Sekolah pasar dibuka oleh perwakilan Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kota Magealang serta turut hadir Ketua UPT Pasar Rejowinangun pada tanggal 24 April 2018.

Sekolah pasar ini melibatkan 30 pedagang pasar yang berasal dari berbagai zona. Dalam aspek etika bisnis dalam Islam dan manajemen keuangan, 15 pedagang terlibat dalam sekolah pasar dari zona konveksi dan 15 pedagang dari zona sayuran mengikuti kelas pasar bidang kesehatan dan kebersihan pasar.

Pelaksanaan Sekolah Pasar

Kelas Pasar dilaksanakan dengan metode klasikal, dikusi, dan praktek yang bertempat di lantai 2 Pasar Rejowinangun. Setiap Senin, Selasa dan Sabtu selama tiga minggu pada bulan Mei adalah waktu bagi pedagang peserta kelas untuk berbagi bersama tim Sekolah Pasar. Sampai saat ini telah dilaksanakan 9 kali pertemuan kelas pasar dengan penyampaian materi tentang etika bisnis Islam, manajemen keuangan, dan perilaku hidup bersih dan sehat di lingkungan pasar.

1) Kelas Pasar Etika Bisnis Islam

Kelas pasar etika bisnis Islam dilaksanakan dengan tujuan agar meningkatkan pengetahuan para pedagang pasar dalam menjalankan bisnis sesuai dengan ajaran Islam serta menghindari praktik-praktik bisnis yang dilarang dalam Islam. Kelas pasar diawali dengan pemecahan permasalahan yang dihadapi oleh pedagang dalam mengimplementasikan ajaran agama dalam usaha yang sudah dijalankan dan tidak melepaskan agama dari proses bisnis para pedagang. Selanjutnya disampaikan materi etika bisnis Islam dalam usaha sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW yang terdiri dari menceritakan Kehidupan bisnis Rasulullah, Perkembangan Bisnis Rasulullah sejak usia 7 tahun, Ayat-ayat al-Qur'an tentang berdagang, Prinsip dagang Rasulullah, dan Berniaga dengan Allah.

Pada pertemuan kedua, tim menyampaikan konsep jual beli dalam Islam dengan tujuan menyatukan persepsi bersama pedagang pasar tentang Konsep jual beli dalam Islam, Dasar hukum jual beli dalam Islam, Konsep keuntungan dalam Islam, Riba dan jenisnya dalam jual beli, dan Mashlahah dan Mafsadah dalam jual beli.

Pada pertemuan yang ketiga disampaikan perspektif Islam tentang konsep rizqi yang BAROKAH. Pada pertemuan ini, pedagang diajak untuk mendalami konsep-konsep dalam Islam seperti Pandangan Islam tentang harta, Pandangan Islam tentang kepemilikan, Rizki (*halaalan thayyiban*), Amanah manusia di dunia, dan Barokah dalam pandangan Islam.

2) Kelas Pasar Manajemen Keuangan

Pemberian pelatihan tentang manajemen keuangan usaha bagi mitra yang dalam hal ini adalah pedagang pasar Rejowinangun. Pada kelas pertama, tim pelaksana menyampaikan materi tentang peran penting manajemen keuangan bagi pengembangan usaha, teknik pemasaran

produk, penyusunan laporan keuangan, strategi memperoleh modal dari lembaga keuangan. Pada kelas kedua, disampaikan perbedaan usaha yang menggunakan manajemen keuangan dengan yang tidak menggunakan manajemen keuangan, penentuan pendapatan dan biaya usaha, teknik penghitungan keuntungan bagi produk yang akan dipasarkan kepada konsumen juga menjadi fokus utama dalam pelatihan ini. Setelah itu, tim melakukan praktik pembuatan laporan keuangan yang didasarkan pada aktivitas usaha yang dimiliki oleh pedagang dengan tujuan membiasakan pedagang dengan melaksanakan manajemen keuangan usaha secara profesional (penyusunan neraca, laba rugi, arus kas, dan Investasi). Pada akhirnya, pedagang mampu melakukan evaluasi hasil usaha berdasarkan pada laporan keuangan usaha.

3) Kelas Pasar Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS)

Pembelajaran PHBS dalam program kelas pasar dilakukan dengan 3 tiga tahapan, yaitu; pemeriksaan kesehatan dasar bagi peserta, pembelajaran teori dan praktek tentang PHBS, dan monitoring atau pendampingan PHBS. Peserta belajar PHBS terdiri dari pedagang makanan atau bahan makanan, meliputi pedagang sayuran dan buah, pedagang warung makan lesehan, dan pedagang ikan/ayam/daging. Alasan dipilihnya pedagang makanan karena potensi terjadinya masalah kesehatan dan peluang penyebaran penyakit paling besar dari dan ke pedagang makanan dibandingkan pada pedagang lain. Hari pertama pembelajaran PHBS diawali dengan pemeriksaan kesehatan dasar bagi peserta belajar meliputi pemeriksaan tekanan darah, pemeriksaan darah (Gula Darah, Kolesterol dan Asam urat). Pemeriksaan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi kesehatan bagi pedagang dan merupakan upaya mendukung Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (Germas) yaitu pemeriksaan kesehatan secara berkala. Setelah pemeriksaan kesehatan dilanjutkan penyampaian materi tentang PHBS meliputi: konsep Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) terutama di Tatanan Tempat Umum (TTU) khususnya lingkungan pasar, serta manfaat dan akibat bila kualitas PHBS tidak dijaga. Pada hari kedua belajar, dijelaskan tentang berbagai macam teknik PHBS yang dapat diterapkan di TTU terutama di pasar, seperti teknik mencuci tangan dengan 7 langkah cuci tangan, cara memilah sampah sebelum dibuang ke tempat sampah dan mengenali berbagai cara penyebaran penyakit yang mungkin terjadi di TTU. Setelah pembelajaran teori dan praktek di kelas, selanjutnya masuk pada tahap ketiga kelas PHBS yaitu pendampingan sekaligus memonitor penerapan hasil belajar di lapangan. Kegiatan tersebut dilakukan dalam 2 kali pertemuan dengan metode; identifikasi sarana dan prasarana penunjang PHBS yang tersedia di TTU, dan monitoring teknik pelaksanaan PHBS di TTU oleh peserta belajar. Adapun area yang telah dimonitor bukan hanya lokasi usaha peserta belajar saja namun juga meliputi area umum penunjang lainnya seperti; tempat pembuangan sampah akhir di TTU, saluran pembuangan limbah cair, MCK, dll. Kegiatan pendampingan dilakukan oleh Tim PKM beserta mitra dengan tujuan apabila ditemukan permasalahan PHBS di lapangan terkait sarana dan prasarana standar yang harus dimiliki TTU bisa segera ditindaklanjuti.



Gambar 4.2. Kegiatan Sekolah Pasar Rejowinangun Magelang

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan sekolah pasar bagi asosiasi pedagang pasar Rejowinangun ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Sebagian besar pedagang belum memahami prinsip jual beli dalam Islam baik dalam penentuan keuntungan maupun hubungan rizqi dan ibadah.
2. Pedagang pasar belum mampu mengidentifikasi kebutuhan dan strategi pengembangan usaha.
3. Masih banyak upaya yang harus dilakukan agar pedagang pasar benar-benar berhijrah menggunakan manajemen usaha secara profesional.
4. Peningkatan kebersihan dan kesehatan pasar memberikan dampak pada meningkatnya jumlah kunjungan.