

**INOVASI PRODUK DAN DIVERSIFIKASI PRODUK DI PASAR
BERINGHARJO YOGYAKARTA DALAM UPAYA MENINGKATKAN
DAYA SAING PASAR TRADISIONAL**

Ediyanto¹, Lusiyana Tulhusna², Putri Vidia Halimatul Jannah³, Finatus Sab'ah⁴,
Ummie Choyroni⁵, Rofika Faidatul Aini⁶, Rusi Nur Qolbi⁷, Fadli Hidayatullah⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Universitas Abdurachaman Saleh Situbondo

ediyanti@unars.ac.id rofikafaini@gmail.com

ABSTRAK :

Beringharjo Market is one of the most famous traditional markets, especially in Indonesia. Beringharjo Market also offers various kinds of products, for example batik cloth, mukena, clothes for children and adults, as well as typical Yogyakarta souvenirs which are often found on various occasions. As time goes by and market competition with modern markets means online shopping, the Beringharjo market is also faced with challenges to maintain its relevance. In this case, product innovation and product certification are also one of the best solutions to increase competitiveness in this market. This article also aims to analyze various product innovations and the importance of product certification in the Beringharjo Market, as well as how these two factors can help traditional markets to continue to develop and compete in increasing customer (consumer) loyalty. By using a qualitative approach, this article can identify various lems faced, the benefits of innovation and certification, and provide solutions to overcome various existing problems.

Keywords : *Product Innovation, Product Diversification, Traditional Market Competitiveness*

PENDAHULUAN

Pasar Beringharjo adalah jantungnya Yogyakarta yang kaya akan sejarah dan budaya. Nama “Beringharjo” sendiri mengandung makna “baik dan sejahtera” yang mencerminkan harapan masyarakat terhadap pasar ini. Pasar tradisional ini bukan hanya tempat berbelanja, tetapi juga menjadi pusat

kegiatan budaya dan sosial bagi masyarakat Yogyakarta. Pasar Beringharjo ini didirikan sejak abad ke-18 dan pasar ini juga menyaksikan bagaimana perkembangan Yogyakarta dari masa ke masa. Pasar Beringharjo juga dikenal sebagai pusat perbelanjaan barang-barang tradisional seperti kain batik dengan

berbagai motif dan jenis batik dari yang klasik hingga modern, kerajinan Tangan selain batik pasar ini juga menawarkan beragam jenis kerajinan tangan khas Yogyakarta seperti perak, kulit dan kayu, serta berbagai macam kuliner khas Yogyakarta di sekitar pasar Beringharjo tersebut. Pasar ini juga menjadi salah satu ikon kota Yogyakarta yang selalu ramai dikunjungi oleh para wisatawan namun dengan pesatnya perkembangan teknologi dan tren belanja online yang semakin hari semakin bertambah, Pasar Beringharjo juga menghadapi beberapa tantangan terbesarnya dalam mempertahankan pangsa pasarnya misalnya saja : Persaingan Dengan E-commerce Sama halnya dengan pasar tradisional lainnya, Beringharjo juga menghadapi persaingan yang cukup ketat dari platform E-commerce. Konsumen yang semakin dimanjakan dengan kemudahan berbelanja online yang salah satunya dapat mengancam keberadaan pasar

tradisional. Persaingan Antar Pedagang Dalam persaingan antar pedagang di dalam pasar juga menjadi dinamika sendiri, terkadang, persaingan yang tidak sehat juga dapat mengganggu kenyamanan para pengunjung dan dapat merusak citra pasar. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing adalah dengan terus melakukan inovasi produk dan memperoleh sertifikasi produk untuk menjamin kualitas dan menarik minat konsumen. Namun untuk tetap relevan dan bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat, diperlukan upaya yang terus menerus untuk beradaptasi perubahan zaman. Dengan berbagai macam upaya yang telah dilakukan, diharapkan Pasar Beringharjo ini terus menjadi ikon budaya Yogyakarta dan menjadi destinasi wisata yang sangat menarik bagi para wisatawan

TINJAUAN PUSTAKA

Pada Kegiatan Pengabdian yang berlokasi di Pasar Beringharjo timur Lt.3, dekat parkir, Jl. Margo Mulyo No 16, Ngupasan,

Kec.Gondamanan Kota Yogyakarta,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55122.
Yang dilaksanakan pada hari Kamis,
23 Januari 2025 Pukul 09:30 11:30.

Dalam penelitian ini kami melihat bahwa di Pasar Beringharjo Yogyakarta dalam upaya untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional di era Modern contohnya seperti supermarket, minimarket, e-commerce (Lazada, Shopee, Tokopedia dll), tidak hanya diukur dari omzet penjualan saja, tetapi juga mempunyai kemampuan untuk menarik dan mempertahankan konsumen di tengah gempuran pasar modern/hal ini juga melibatkan kualitas produk, harga yang cukup bersaing, pelayanan yang personal, serta pengalaman berbelanja yang sangat unik. pasar tradisional juga harus bisa beradaptasi dengan perubahan zaman.

Tantangannya adalah dengan tetap mempertahankan ciri khasnya dan terus berinovasi agar tetap bersaing dengan sehat. sedangkan peluangnya adalah dengan memperkuat identitas lokal, menawarkan produk unik yang tidak ada di pasar modern, serta

memberikan pengalaman berbelanja yang personal. adapun cara untuk menarik perhatian para konsumen seperti menciptakan produk baru ataupun memodifikasi produk yang sudah ada agar lebih menarik dan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. di Pasar Beringharjo sendiri, inovasi produk mulai terlihat dalam pengembangan motif batik yang lebih modern penggunaan bahan baku yang lebih ramah lingkungan serta pengemasan yang lebih menarik.

Sertifikasi Produk adalah proses pengakuan dari lembaga tertentu yang memastikan bahwa suatu produk telah memenuhi standar kualitas tertentu, sertifikasi sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan para konsumen terhadap kualitas produk. sertifikasi produk seperti sertifikasi halal, sertifikasi kualitas produk, ataupun sertifikasi keaslian batik dapat menjadi indikator utama bahwa produk yang dijual di pasar Beringharjo tersebut telah memiliki kualitas yang sudah terjamin. menurut Sireger (2020) sertifikasi produk dapat

meningkatkan kredibilitas produk dalam membantu pedagang pasar tradisional untuk bersaing dengan pasar pasar modern.

METODEOLOGI

Dalam Inovasi produk yang telah kami lakukan yang berlokasi di Pasar Beringharjo di daerah Istimewa Yogyakarta dapat dilihat dari beberapa sektor khususnya disektor batik para perajin batik mulai mengadopsi motif dan desain yang lebih kompetitor tanpa meninggalkan ciri khas budaya Yogyakarta. selain itu, beberapa pedagang tersebut mulai menggunakan bahan yang ramah lingkungan, untuk produk mereka sendiri, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan keberlanjutan. inovasi lainnya adalah dalam hal kemasan dimana produk batik dan oleh oleh dikemas dengan cara yang lebih menarik dan sangat praktis sesuai dengan preferensi konsumen

Meskipun inovasi produk telah dilakukan, pedagang di Pasar Beringharjo di daerah Istimewa Yogyakarta masih menghadapi

beberapa tantangan, antara lain terbatasnya akses terhadap modal untuk berinovasi, kurangnya pengetahuan tentang teknologi terbaru, dan kesulitan dalam memasarkan produk secara online.

Hal ini mengharuskan pemerintah atau lembaga terkait untuk memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan dan akses pendanaan di tempat tersebut. Sertifikasi produk di Pasar Beringharjo, terutama untuk produk batik, perlu mendapat perhatian lebih. pedagang perlu memperoleh sertifikat agar produk mereka diakui secara resmi dan meningkatkan kepercayaan konsumen. namun, biaya yang diperlukan untuk memperoleh sertifikasi sering menjadi hambatan, terutama bagi pedagang kecil.

Solusi untuk masalah ini adalah dengan adanya program bantuan dari pemerintah atau lembaga sertifikasi untuk memudahkan akses sertifikasi bagi pedagang kecil. Kegiatan Pengabdian yang berlokasi di Pasar Tradisional Beringharjo yang terletak di selatan Malioboro di

pusat Kota Yogyakarta tepatnya di Jl. Margo Mulyo No.16, Ngupasan, Gondomanan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55122. Pasar Beringharjo dikelilingi bangunan bersejarah yang menjadi pusat perhatian wisatawan seperti Benteng Vredeburg, Gedung Agung, Kantor Pos Besar, Bank Indonesia(BI) dan Taman Pintar.

Dilakukannya penelitian ditempat ini untuk mengetahui bagaimana eksistensi Pasar Tradisional Beringharjo dan menjaga pasar Beringharjo dalam menjaga eksistensinya sebagai wisata belanja. Teknik yang digunakan dalam memperoleh informasi dari pihak owner dan penjual adalah dengan melakukan wawancara secara langsung, sehingga informasi dan data diperlukan pada proses ini bisa didapatkan secara valid.

Adapun toko yang dijadikan obyek merupakan geray terbuka yang menjual pakaian batik dan baju khas yogyakarta mulai dari anak-anak sampai pakaian dewasa.aspek keberlanjutan juga perlu menjadi

perhatian dalam pengembangan pasar Beringharjo.

Penerapan konsep ramah lingkungan, seperti penggunaan kemasan yang lebih ekologis, pengelolaan limbah yang lebih baik, serta pemanfaatan bahan baku lokal yang berkelanjutan, dapat menjadi nilai tambah yang semakin diminati oleh konsumen modern. Dengan demikian, pasar Beringharjo tidak hanya unggul dalam hal inovasi dan sertifikasi produk, tetapi juga menjadi contoh pasar tradisional yang mampu beradaptasi dengan perubahan zaman tanpa meninggalkan identitas budayanya.melalui upaya-upaya tersebut, diharapkan pasar Beringharjo dapat terus berkembang dan menjadi salah satu pusat perdagangan yang tidak hanya kompetitif di tingkat lokal, tetapi juga mampu bersaing di skala nasional maupun global.dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak akan menjadi kunci utama dalam mewujudkan pasar yang lebih inovatif, inklusif, dan berdaya saing tinggi.

Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan kolaborasi antara pemerintah, pengelola pasar serta masyarakat dalam menciptakan ekosistem perdagangan yang lebih berkelanjutan. Disisi lain, kesadaran konsumen juga memegang peran penting dalam keberlanjutan pasar Beringharjo dengan meningkatnya permintaan terhadap produk ramah lingkungan, konsumen dapat menjadi pendorong utama bagi pedagang untuk beradaptasi dan mengadopsi prinsip-prinsip keberlanjutan terhadap bisnis mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian yang kami dapatkan pada kegiatan pengabdian UMKM yang berlokasi di pasar Beringharjo adalah inovasi produk dan sertifikasi produk yang telah memiliki pengaruh positif terhadap daya saing di pasar Beringharjo yang dilakukan oleh pedagang bervariasi mulai dari pengembangan produk hingga peningkatan kualitas produk serta dukungan dari pemerintah dalam upaya peningkatan daya saing pasar

Beringharjo. Meskipun inovasi dan sertifikasi produk telah memberikan dampak yang positif terhadap daya saing.

Pasar Beringharjo, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi agar manfaatnya lebih optimal. Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh pedagang adalah keterbatasan akses terhadap modal dan sumber daya yang diperlukan untuk mengembangkan produk dan memperoleh sertifikasi. Banyak pedagang yang masih mengalami kesulitan dalam mengembangkan inovasi karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menciptakan produk yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, proses memperoleh sertifikasi produk sering kali dianggap rumit dan memerlukan biaya yang tidak sedikit.

Beberapa pedagang merasa kesulitan dalam memenuhi persyaratan administrasi dan teknis yang ditetapkan oleh lembaga sertifikasi. Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan dan pelatihan yang lebih intensif

agar para pedagang dapat lebih mudah memahami dan memenuhi standar sertifikasi yang dibutuhkan. Disisi lain, peran pemerintah dan pemangku

kepentingan lainnya juga perlu diperkuat dalam mendukung peningkatan daya saing pasar Beringharjo.



Gambar 1. Proses tawar-menawar harga bersama pedagang UMKM di Pasar Beringharjo.

Program bantuan, seperti subsidi untuk biaya sertifikasi, akses terhadap teknologi produksi yang lebih modern, serta pelatihan kewirausahaan, dapat menjadi solusi untuk membantu para pedagang dalam berinovasi dan meningkatkan kualitas produk mereka. Selain itu, promosi pasar yang lebih luas, baik melalui event lokal maupun platform digital, juga dapat membantu meningkatkan visibilitas produk-produk dari pasar Beringharjo, sehingga mampu menjangkau lebih banyak konsumen, baik di tingkat nasional maupun internasional.

dengan adanya sinergi antara pedagang, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya, diharapkan daya saing pasar Beringharjo dapat terus meningkat, menjadikannya sebagai pusat perdagangan yang lebih inovatif dan berkelanjutan.

Dapat dijelaskan dari gambar diatas bagaimana suasana di dalam Pasar Beringharjo yang sangat khas dan mencerminkan kehidupan pasar tradisional yang dinamis. Pasar Beringharjo yang selalu ramai, terutama di pagi hari hingga siang hari. Pengunjung yang terdiri dari warga lokal yang berbelanja kebutuhan sehari-hari, hingga para

wisatawan domestik maupun pedagang yang aktif menawarkan mancanegara yang mencari oleh dagangan mereka. oleh khas Yogyakarta ,serta para



Gambar 3.Suasana didalam Pasar Beringharjo.

Dalam area pasar, terdapat banyak kios dan lapak yang menjual berbagai macam barang,mulai dari batik,pakaian tradisional ,kain lurik hingga aksesoris dan kerajinan tangan.pedagang di Pasar Beringharjo terkenal ramah dan sering kali mengajak pembeli untuk bernegoisasi harga.proses tawar menawar menjadi salah satu bagian dari pengalaman belanja di pasar ini serta memberikan kesan interaksi sosial yang lebih dekat dibandingkan dengan pusat perbelanjaan modern.

Meskipun beberapa bagian pasar yang sudah direnovasi agar lebih modern dan nyaman,suasana tradisional yang masih sangat terasa dan kami melihat banyak kios yang masih tetap mempertahankan desain batik klasik dan tatanan barang yang khas pasar tradisional .suara pedagang yang menawarkan barang dagangannya ,suara musik gamelan dan radio pedagang,serta dekorasi dengan elemen jawa menambah nuansa khas Yogyakarta.selain tempat perdagangan Pasar beringharjo juga menjadi ruang

sosial bagi masyarakat .pedagang dan pembeli sering terlibat dalam percakapan yang begitu akrab

mencerminkan khas warga Yogyakarta



Gambar 4.Tas Goni Khas Yogyakarta.

Tas Goni adalah tas yang terbuat dari bahan goni ,serat alami yang berasal dari tumbuhan rami.bahan goni memiliki tekstur yang kasar dan kuat,sehingga tas goni dikenal awet dan tahan lama.tas ini menjadi sangat populer dikarenakan memiliki nilai estetika yang sangat uni dan ramah lingkungan.tas ini ini tidak hanya berfungsi sebagai tas belanja ataupun tas sehari hari ,tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang

semakib peduli terhadap lingkungan.selain itu ,tas goni juga sering dijadikan sebagai oleh oleh khas Yogyakarta.

Tas goni memiliki berbagai macam desain dan ukuran.ada yang polos,dan ada juga yang dihiasi dengan lukisan atau bordir.beberapa pengrajin bahkan membuat tas goni dengan desain yang lebih modern untuk menari perhatian para konsumen sehngga tas goni memiliki nilai estetika yang lebih

tinggi. tas goni khas yogyakarta memiliki ciri khas tersendiri seperti motif batik atau gambar ikonik lainnya yang berkaitan dengan kota Yogyakarta

Selain itu, aspek keberlanjutan dalam pengembangan pasar Beringharjo juga menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan. Penerapan prinsip ekonomi hijau, seperti penggunaan bahan baku ramah lingkungan, pengelolaan limbah yang lebih baik, serta pengurangan penggunaan plastik dalam kemasan produk, dapat meningkatkan daya tarik pasar di mata konsumen yang semakin peduli terhadap isu lingkungan.

Dengan demikian, pasar Beringharjo tidak hanya berdaya saing dari segi inovasi dan sertifikasi, tetapi juga menjadi contoh pasar tradisional yang berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan. lebih lanjut, penguatan jejaring dan kemitraan dengan pelaku usaha di luar pasar Beringharjo juga dapat membuka peluang ekspansi yang lebih luas. Misalnya, kerja sama dengan hotel, restoran, atau pusat oleh-oleh di

Yogyakarta dapat menjadi saluran distribusi baru bagi produk-produk unggulan pasar Beringharjo. Dengan demikian, produk dari pasar ini tidak hanya dijual secara langsung di lokasi, tetapi juga dapat menjangkau konsumen di berbagai tempat strategis. Selain strategi pemasaran, peningkatan kualitas layanan juga menjadi kunci utama dalam menarik lebih banyak konsumen. Program peningkatan kapasitas pedagang dalam hal pelayanan pelanggan, komunikasi, dan pengalaman berbelanja yang nyaman akan memberikan nilai tambah bagi pasar Beringharjo.

Penerapan sistem pembayaran digital, informasi produk yang lebih transparan, serta fasilitas yang lebih baik bagi pengunjung akan menjadikan pasar ini semakin relevan di era modern. dengan kombinasi inovasi produk, sertifikasi, strategi pemasaran digital, keberlanjutan, dan peningkatan layanan, pasar Beringharjo berpotensi menjadi model pasar tradisional yang mampu bersaing di tingkat nasional maupun global. Keberhasilan ini

tentunya membutuhkan kolaborasi yang kuat antara pedagang, pemerintah, akademisi, serta berbagai pemangku kepentingan lainnya. Jika seluruh elemen ini dapat terwujud secara sinergis, pasar Beringharjo tidak hanya akan menjadi pusat perdagangan yang berkembang pesat, tetapi juga ikon ekonomi kreatif yang mencerminkan kekayaan budaya dan potensi lokal Yogyakarta.

KESIMPULAN

Berdasarkan Inovasi produk dan sertifikasi produk memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing Pasar Beringharjo di era modern. Inovasi produk terutama dalam desain batik dan kemasan, telah berhasil menarik perhatian para konsumen baru. Sementara itu, sertifikasi produk juga membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas barang yang dijual. Namun, para pedagang di pasar ini masih menghadapi beberapa tantangan seperti keterbatasan dana akses terhadap teknologi.

Selain itu, pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan teknologi juga menjadi aspek krusial. Penggunaan teknologi digital dalam pemasaran, seperti e-commerce dan media sosial, dapat membantu pedagang menjangkau pasar yang lebih luas. Pelatihan mengenai strategi pemasaran digital, manajemen stok berbasis teknologi, serta penggunaan sistem pembayaran digital dapat menjadi solusi bagi pedagang untuk tetap kompetitif di era modern. Lebih lanjut, sinergi antara pemerintah, akademisi, dan sektor swasta dapat mempercepat proses inovasi dan sertifikasi produk. Program inkubasi bisnis, workshop desain produk, serta pendampingan dalam proses sertifikasi dapat membantu pedagang menghadapi berbagai kendala yang ada. Selain itu, penyelenggaraan event atau pameran produk lokal dapat menjadi sarana efektif untuk memperkenalkan produk Pasar

Beringharjo ke pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional. Dengan adanya kombinasi strategi inovasi,

dukungan finansial, pemanfaatan teknologi, serta kolaborasi yang kuat antar pemangku kepentingan, diharapkan daya saing Pasar Beringharjo dapat terus meningkat. Pasar ini tidak hanya akan menjadi pusat perdagangan tradisional yang tetap eksis di tengah modernisasi, tetapi juga menjadi destinasi belanja unggulan yang mampu menarik perhatian wisatawan dan konsumen dari berbagai daerah.

Dengan menggunakan langkah-langkah tersebut, Pasar Beringharjo tidak hanya akan bertransformasi menjadi pasar yang lebih modern, tetapi juga mampu mempertahankan esensi dan daya tarik sebagai pusat budaya yang kaya akan sejarah. upaya pemeliharaan warisan budaya, seperti pelestarian produk-produk lokal dan tradisional, akan menjadi nilai tambah yang membedakan pasar ini dari pasar-pasar modern lainnya. Peningkatan fasilitas dan infrastruktur pasar juga sangat penting, seperti penyediaan Wi-Fi gratis, ruang pameran yang lebih nyaman, serta sistem navigasi digital yang memudahkan pengunjung

dalam menemukan produk yang mereka cari. Selain itu, penting untuk memperkuat pelatihan kepada para pedagang agar mereka bisa memanfaatkan teknologi dengan maksimal, misalnya dengan mengintegrasikan sistem manajemen toko secara digital untuk meningkatkan efisiensi operasional mereka. tidak kalah penting, pengembangan kapasitas sumber daya manusia (SDM) menjadi faktor penentu dalam keberhasilan transformasi pasar.

Melalui pelatihan dan sertifikasi yang lebih intensif, para pedagang bisa memiliki kemampuan yang lebih baik dalam hal pemasaran digital, branding produk, serta inovasi dalam desain dan kualitas produk. dengan semua elemen ini yang saling mendukung, Pasar Beringharjo diharapkan dapat bertahan sebagai simbol kekuatan ekonomi lokal yang memiliki daya saing global, sekaligus memperkenalkan kekayaan budaya Indonesia yang autentik kepada dunia internasional. ntuk memastikan keberlanjutan jangka panjang, perlu adanya upaya untuk

membangun kemitraan strategis dengan berbagai pihak, termasuk lembaga keuangan, penyedia teknologi, dan organisasi internasional.

Hal ini penting untuk memperkuat modal usaha para pedagang, memberikan akses kepada pelatihan dan teknologi terbaru, serta memperluas jaringan pasar. Dengan adanya kerjasama yang baik antara sektor publik dan swasta, program-program yang dirancang untuk memperkuat pasar lokal seperti Pasar Beringharjo bisa berjalan lebih efektif dan efisien. Ke depan, perlu adanya kajian rutin untuk mengidentifikasi tren pasar dan kebutuhan konsumen yang terus berkembang. Ini akan membantu para pedagang untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan yang terjadi, seperti permintaan produk ramah lingkungan atau tren belanja online yang semakin berkembang.

Penyesuaian terhadap kebutuhan pasar global, seperti memperkenalkan produk-produk yang memiliki sertifikasi internasional atau memperbaiki

packaging produk untuk lebih menarik perhatian konsumen internasional, dapat menjadi strategi yang mendorong keberhasilan jangka panjang. Dengan visi yang jelas, dukungan yang berkelanjutan, serta pendekatan berbasis teknologi dan kolaborasi yang solid, Pasar Beringharjo akan terus menjadi pusat perdagangan yang tidak hanya menggerakkan perekonomian lokal tetapi juga mendunia, menciptakan peluang baru bagi masyarakat sekitar dan mendukung pengembangan sektor pariwisata yang lebih inklusif.

SARAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah kami lakukan di Pasar Beringharjo tersebut terdapat beberapa saran yang kami dapat berikan sebagai berikut: Pertama, pemerintah dan lembaga terkait perlu memberikan pelatihan mengenai inovasi produk dan cara memperoleh sertifikasi kepada para pedagang di Pasar Beringharjo tersebut. Perlu adanya kemudahan akses pendanaan untuk pedagang kecil agar mereka terus

berinovasi dan memperoleh sertifikasi produk. Pasar Beringharjo sebaiknya perlu meningkatkan pemanfaatan platform digital untuk memperkenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas termasuk melalui e-commerce ataupun media sosial lainnya. Kedua, selain itu, penting bagi pemerintah dan lembaga terkait untuk menyediakan pelatihan khusus mengenai strategi pemasaran digital, termasuk pengelolaan media sosial, pemasaran melalui influencer, dan optimisasi e-commerce, agar pedagang dapat lebih efektif menjangkau konsumen dari berbagai daerah. Penggunaan platform digital yang optimal akan memungkinkan produk lokal Pasar Beringharjo dikenal lebih luas, tidak hanya di pasar domestik, tetapi juga internasional.

Ketiga, para pedagang pedagang juga perlu didorong untuk mengadopsi sistem manajemen stok berbasis teknologi, yang dapat membantu mereka dalam mengatur persediaan barang, mengurangi pemborosan, dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan sistem

yang lebih terorganisir, pedagang akan lebih mudah dalam melayani pelanggan dan memastikan ketersediaan produk yang terus terjaga.

Keempat, dengan sektor swasta dan akademisi untuk menciptakan inovasi produk yang tidak penting juga untuk memfasilitasi kolaborasi antara pedagang Pasar Beringharjo hanya sesuai dengan selera pasar, tetapi juga memperhatikan aspek keberlanjutan dan kualitas. Ini dapat mencakup penggunaan bahan baku lokal, penerapan prinsip ramah lingkungan dalam proses produksi, serta pengembangan produk-produk baru yang dapat bersaing dengan pasar modern.

Kelima, pemerintah bersama dengan asosiasi pedagang juga perlu meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang baik, termasuk penggunaan sistem pembayaran digital yang aman dan praktis. Penyuluhan mengenai literasi keuangan ini akan membantu pedagang dalam mengelola keuntungan mereka secara lebih efisien dan mendukung pertumbuhan usaha mereka dalam

jangkapanjang.Keenam,Pengembangan dan penyelenggaraan event atau pameran produk secara berkala juga dapat menjadi sarana efektif untuk memperkenalkan produk Pasar Beringharjo kepada khalayak yang lebih luas. Dengan pameran yang menarik dan inovatif, pasar ini bisa menarik perhatian wisatawan maupun konsumen potensial lainnya, yang akan turut meningkatkan pendapatan dan daya saing para pedagang.

Ketujuh,untuk mendukung transformasi digital dan inovasi di Pasar Beringharjo, perlu adanya penguatan infrastruktur pasar itu sendiri. Peningkatan fasilitas yang ramah teknologi, seperti penyediaan akses internet yang cepat dan stabil, terminal pembayaran digital, serta tempat untuk berinteraksi secara langsung dan virtual, akan memberikan kemudahan bagi pedagang dan pengunjung.

Keberadaan sistem informasi yang mudah diakses juga akan memungkinkan pengunjung untuk mengetahui informasi terkait produk, promo, hingga kegiatan di pasar secara real-

time.Kedelapan,untuk memastikan keberlanjutan dan keberhasilan jangka panjang, perlu dibentuk tim pengelola yang dapat merencanakan dan mengkoordinasikan seluruh program pengembangan Pasar Beringharjo dengan lebih baik. Tim ini harus melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk perwakilan pedagang, pemerintah, akademisi, dan sektor swasta, sehingga program yang dilaksanakan benar-benar sesuai dengan kebutuhan pasar dan para pelaku usaha.

Kesembilan,pemerintah juga harus lebih proaktif dalam memberikan fasilitas untuk memperkenalkan produk Pasar Beringharjo ke tingkat yang lebih tinggi, baik melalui pameran, festival, atau kolaborasi dengan sektor pariwisata. Misalnya, melalui promosi yang menyasar wisatawan lokal maupun internasional, produk-produk lokal dapat lebih dikenal dan dihargai. Hal ini juga bisa membantu menarik lebih banyak pengunjung untuk datang ke Pasar Beringharjo, yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan dan

daya saing pasar itu sendiri. dan yang terakhir adalah, upaya pelestarian budaya lokal tetap harus dijaga, mengingat Pasar Beringharjo memiliki nilai historis dan kultural yang besar. Pemasaran produk tidak hanya harus mengedepankan inovasi, tetapi juga menjaga agar produk-produk tradisional tetap terjaga kualitas dan keberadaannya. Dengan adanya program pelatihan yang memfokuskan pada pengembangan produk berbasis budaya lokal, pedagang dapat lebih memahami bagaimana cara menggabungkan nilai tradisional dengan tuntutan pasar yang moder.

Dengan mengikuti saran-saran di atas, diharapkan Pasar Beringharjo dapat berkembang secara maksimal, tidak hanya menjadi tempat transaksi barang, tetapi juga menjadi pusat budaya, destinasi wisata, dan pusat inovasi yang mendukung perekonomian lokal. Pemanfaatan teknologi yang lebih baik, dukungan yang kuat dari semua pihak, serta pelestarian nilai-nilai budaya tradisional akan menjadikan Pasar Beringharjo lebih

kompetitif, relevan, dan terus maju di tengah kemajuan zaman.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami sangat berterimakasih kepada pada UMKM Pasar Beringharjo Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan wawancara dan pendampingan secara langsung di lokasi. Semoga kegiatan ini dapat memberikan kontribusi positif bagi para peserta dalam memulai bisnisnya

DAFTAR PUSTAKA

- Prabowo, M. A., Robin, M., Rohman, F., Permana, G., Qomaruddin, M. T., Rahma, D., & Hidayani, H. (2023). Peran Pengabdian Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *JPKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 29 (1), 30-34.
- Anggraeny, I., Lutfia, F., Ratna, A., & Rachmaudina, T. (2021). Pendampingan Hukum Pengusaha UMKM dalam Penyelesaian Sengketa

- Kontrak Bisnis. CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(3), 527-536.
- Ramayasa, I. P., Jimbara, I. W. R., Suwastika, I. W. K., & Candrawibawa, I. G. A. (2020). Pelatihan Pemasaran Online pada Mitra Lengis Nyuh di Tabanan. WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer, 2(3), 50-60.
- Gunawan, G., & Putra, E. R. M. (2023). Perlindungan dan Pendampingan Hukum Kekayaan Intelektual dalam Pendaftaran Merek Dagang bagi Pelaku UMKM di Desa Cililin. AL-MANHAIJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam, 5(1), 891-898.
- Ritchi, H. (2018). Pemanfaatan teknologi informasi dalam upaya peningkatan aksesibilitas UKM (Desa Wisata) kepada pasar di lokasi wisata pangandaran dan sekitarnya. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 36-40.
- Moerad, S. K., Wulandari, S. P., Chamid, M. S., Savitri, E. D., Rai, N. G. M., & Susilowati, E. (2023). Sosialisasi serta pendampingan sertifikasi halal UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Sewagati, 7(1), 11-25.
- Putra, C. A., Aprilia, N. N., Sari, A. E. N., Wijdan, R. M., & Putri, A. R. (2022). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk Pengembangan UMKM di Kelurahan Tlumpu Melalui Online Single Submission (OSS). I-Com: Indonesian Community Journal, 2(2), 149-157.
- Salim, E., Hendri, H., & Robianto, R. (2020). Strategi pengembangan usaha dan peningkatan kinerja dalam menghadapi era digital pada umkm café tirtasari Kota Padang. (Jurnal Masyarakat Mandiri), 4(1), 10-17.
- Priyoga, I., Mu'tafi, A., Novita, F., Kirmawati, K., Refanti, N., Inayati, N., ... & Oktaviani, F. N. (2022). Strategi Pemasaran Melalui Marketplace dalam Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM Alat Pertanian

- (Cangkul dan Sabit) di Desa Purwojati. Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia, 1(2), 1-12.
- Irwanto, T., Prayogo, C. P., Afriani, S., Putri, L. G., & Melinda, T. F. (2022). Solusi Pemasaran Pada Toko Bu Rani Untuk Meningkatkan Pendapatan Di Desa Kungkai Baru Kabupaten Seluma. Jurnal Dehasen Mengabdi, 1(2), 167-172.
- Sedyastuti, K., Suryaningtyas, D., & Suharso, A. A. P. (2024). Implementasi Marketing: Pelatihan Packaging Dan Strategi Pemasaran Online untuk peningkatan Penjualan Produk Impala UMKM Desa Jatisari Kecamatan Tajinan Malang Jawa Timur. Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 6(2).
- Sukerti, Ni Kadek, Nyoman Muryatini, and Dewa Putu Angie Aditya Permana Putra. "Pelatihan Manajemen Pemasaran dan Produksi Pada Usaha Kerupuk Beras Di Banjar Bodong Nusa Penida." Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat 1.02 (2019): 21-27.
- Sari, Y. K., Prasetya, A., & Kusuma, A. B. (2023). Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Blog Sebagai Media Pemasaran Online Pada Pelaku Usaha UMKM Kelurahan Plosokandang Kabupaten Tulungagung. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa, 1(8), 1589-1595.
- Hernikawati, D. (2021). Analisis dampak pandemi COVID-19 terhadap jumlah kunjungan pada situs e-commerce di Indonesia menggunakan uji t berpasangan. Jurnal Studi Komunikasi Dan Media, 25(2), 191-202
- Arifudin, O., Wahrudin, U., Rusmana, F. D., & Tanjung, R. (2020). Strategi Inovasi Kemasan Dan Perluasan Pemasaran Abon Jantung Pisang Cisaat Makanan Khas Subang Jawa Barat. Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(2), 371-381.