

AYOOO BEBERSIH...! & PSPT HELPER': KAMPANYE KEBERSIHAN & PROTOTIPE APLIKASI BELANJA ON-LINE UNTUK PASAR BASAH TRADISIONAL PSPT TEBET

Agnes C.¹, Whilhelmina², Ruth E. Oppusunggu^{3,*}

^{1,2,3}Program Studi Desain Interior, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan

*200rumahbesi@gmail.com, phebe.valencia@uph.edu

ABSTRAK. MK. Design, Society & Environment (DSE) dirancang sebagai demonstrasi praktik tridharma terutama dalam melaksanakan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat secara kolaboratif dan berdampak langsung kepada masyarakat melalui desain. Kegiatan MK. DSE di Prodi Desain Interior, SoD, UPH kali ini dilakukan pada semester akselerasi tahun akademik 2017/2018 serta merupakan kelanjutan eksperimen menggunakan kemajuan teknologi. Pada kegiatan ini para dosen dan mahasiswa/i bekerja sama dengan PD Pasar Jaya untuk pengembangan program Pasar Tradisional PSPT Tebet, terutama untuk mengatasi permasalahan kebersihan khususnya area pasar basah dan permasalahan semakin berkurangnya pengunjung muda yang ingin datang ke pasar tradisional. Metode yang digunakan adalah Riung Desain- *Design Thinking* dengan 3 fase: Temukan, Bedakan, Jadikan. Hasilnya adalah desain kampanye kebersihan: 'Ayooo Bebersih...!' dan prototipe desain aplikasi belanja *on-line*: 'PSPT Helper'.
Kata kunci: Riung Desain, Kebersihan, *Millenial*, *Design Campaign*, *On-line Shopping*.

ABSTRACT. A subject called: *Design, Society and Environment (DSE)* was developed since 2012 to demonstrate how research, design and action in a form of community service should be comprehensively practice by the *civitas academica* (lecturers and students) and made direct impacts for the society through design. The DSE in the accelerated semester of 2017/2018 was the continuing experiment with technology advancement while in the same time engaged with the community. It took form as collaboration between the lecturers, students of Universitas Pelita Harapan (UPH) and PD Pasar Jaya to develop programs for PSPT Tebet Traditional Market aimed on solving the cleanliness problem especially for the wet area (vegetables and meat section) and lack of interest of visiting traditional market amongst the millennials. The method used is *Design Thinking* with its 3 phases: Discover, Ideate, Prototype. The result is a cleanliness campaign design called 'Ayooo Bebersih...!' and shopping *on-line* prototype design: 'PSPT Helper'.

Keywords: *Design Thinking; Cleanlines; Millenials; Campaign Design; On-Line Shopping.*

PENDAHULUAN

Sejak tahun 2012 Fakultas Desain (School of Design) mengembangkan mata kuliah yang disebut Design, Society & Environment (DSE). MK. DSE merupakan respon visi misi UPH menjadi *Christ Centered University* yang diterjemahkan oleh Program Studi Desain Interior dengan melayani serta memberdayakan melalui desain. MK. DSE dirancang sebagai demonstrasi praktik tridharma perguruan tinggi di level *civitas academica* Fakultas (dosen dan mahasiswa/i) untuk melaksanakan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat secara kolaboratif yang memberi dampak pemulihan dan pemberdayaan. Model ini kemudian dikembangkan ke dalam metodologi khusus pemberdayaan melalui desain: Desain sebagai Generator [1],[2].

Kegiatan penelitian-mendesain-aksi pada MK. DSE di Prodi Desain Interior, SoD, UPH kali

ini dilaksanakan pada semester akselerasi 2017/2018 dan merupakan kegiatan MK. DSE seri yang ketiga. Kegiatan ini juga melanjutkan upaya memanfaatkan kemajuan teknologi ke dalam prototipe desain yang dihasilkan dari MK. DSE. Pada kegiatan kali ini para dosen dan mahasiswa/i bekerja sama dengan PD Pasar Jaya untuk pengembangan program di Pasar Tradisional PSPT Tebet, Jakarta Selatan yang berada di bawah naungan PD Pasar Jaya melalui desain kampanye kebersihan: 'Ayooo Bebersih...!' dan di saat yang bersamaan mengembangkan prototipe desain aplikasi belanja *on-line*: 'PSPT Helper'. Program yang pertama dilaksanakan di area pasar basah Pasar PSPT Tebet yang seringkali memiliki permasalahan kebersihan, sedangkan program yang kedua dilaksanakan untuk memudahkan proses berbelanja serta menjangkau generasi *millennial* agar mau berbelanja ke pasar tradisional.

Tim pelaksana kegiatan percaya bahwa pengetahuan yang didampingi pengabdian akan menjadi lengkap. Pengetahuan sejati akan muncul sebagai sebuah keilmuan yang melayani, arif dan bijaksana. Selain itu model kegiatan ini akan menjadi pengalaman transformasional bagi setiap insan yang terlibat di dalamnya.

METODE PENELITIAN

Kegiatan penelitian-mendesain-aksi ini dilakukan dengan metode penelitian:

1. *Preliminary research* oleh tim menggunakan model DT (*Design Thinking*) / Riung Desain [3],[4],[5],[6] melalui tahapan *Discover-Temukan* mencari data empirik tentang permasalahan kebersihan di Pasar PSPT Tebet dan tentang bagaimana memudahkan proses berbelanja di pasar tradisional ini dengan mewawancarai: 8 anggota komunitas (para pedagang, pembeli, pengelola pasar), 3 orang ahli (Kepala Pasar PSPT Helper, perwakilan PD Pasar Jaya dan lain-lain) 3 situasi serupa dan inspiratif dalam upaya mendesain kampanye kebersihan dan sistem berbelanja on-line (Mei 2018).
2. *Design Thinking* - Riung Desain (DT-RD) kedua dalam tahapan *Ideate-Bedakan* [3],[4],[5],[6],[7] untuk merumuskan permasalahan yang tepat (Juni 2018).
3. Perancangan dan pengujian prototipe desain kampanye kebersihan dan sistem berbelanja *on-line* untuk Pasar PSPT Tebet. Pelaksanaan *Pre-Test*, *Action* dan *PostTest* dilaksanakan selama Juni - Juli 2018 [2],[5],[6],[7],[8].
4. Penyusunan laporan, refleksi, evaluasi dan rencana keberlanjutan (Juli 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan penelitian-mendesain-aksi (Pkm) ini adalah kelanjutan kerjasama antara Prodi Desain Interior, SoD, UPH dengan PD Pasar Jaya setelah bekerja sama sebelumnya dalam upaya revitalisasi Pasar Santa, Jakarta Selatan yang dilaksanakan sepanjang semester Genap 2016/2017 (Februari – Juli 2017) hingga semester ganjil 2017/2018 (Agustus – Desember 2017).

Tujuan kegiatan kali ini adalah mengembangkan program di Pasar Tradisional PSPT Tebet, Jakarta Selatan yang berada di bawah naungan PD Pasar Jaya melalui desain kampanye kebersihan: 'Ayooo Bebersih...!' dan di saat yang bersamaan mengembangkan prototipe desain aplikasi belanja *on-line*: 'PSPT

Helper'. Program yang pertama dilaksanakan di area pasar basah Pasar PSPT Tebet yang seringkali memiliki permasalahan kebersihan dengan tujuan membuat program kampanye kebersihan untuk para pedagang. Program yang kedua dilaksanakan dengan tujuan untuk memudahkan proses berbelanja serta menjangkau generasi millennial agar mau berbelanja ke pasar tradisional.



Gambar 1. Proyek Pasar sebelumnya
(Sumber: Dokumentasi Tim, 2017)

A. Program 'Ayooo Bebersih...!!!', Pasar Tradisional PSPT Tebet

Kegiatan ini dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Melakukan kegiatan pengumpulan data (*data collecting*) atau dalam model DT-RD fase *Discover-Temukan* [3],[4],[5],[6]:
 - a. *Community engagement* dengan minimal 8 orang anggota komunitas Pasar tradisional PSPT Tebet: Ibu Wartini (Ka.Pasar PSPT Tebet), Ibu Asih (40 tahun, pedagang sayur), Pak Sahrul (30 tahun, pedagang buah), Pak Mamay (51 tahun, pedagang ikan), Pak Dadang (48 tahun, pedagang daging), Pak Didi (47 tahun, petugas kebersihan), Satpam Pasar PSPT Tebet, dan Kevin (21 tahun, mahasiswa). Dari para *stakeholder* ini didapatkan bahwa kebersihan adalah permasalahan utama apalagi untuk pasar basah, dan kemauan pedagang untuk bersama-sama menjaga kebersihan pasar masih belum terjadi. Semua *stakeholder* sadar atas permasalahan ini dan tahu bahwa permasalahan ini harus diselesaikan bersama-sama serta apabila terselesaikan maka akan berdampak baik bagi proses jual-beli di pasar tersebut.
 - b. *Talk to experts* berbicara dengan ahli 2-3 orang: Pak Kelana (44 tahun, pengelola kebersihan Pasar PSPT Tebet), Ignatius Adrian (28 tahun, dosen Prodi Desain Interior, SoD, UPH dan pemerhati lingkungan berkelanjutan), dan Divan Fernandez (28 tahun, dokter). Dari mereka didapatkan pentingnya perhatian terhadap kebersihan dan situasi higienis apalagi untuk pasar yang menjual kebutuhan sehari-hari. Pemisahan antara sampah organik dan anorganik juga menjadi hal penting yang

harus dilakukan sejak awal karena hal ini mempermudah pengolahan sampah pada akhirnya.

c. *Immerse in context* berkelindan dengan 2-3 tempat yang sesuai dengan konteks area target penelitian: Pasar Modern Graha Raya – khususnya area pasar basah (sayuran, buah-buahan dan daging) dan Hypermarket Serpong – pusat perbelanjaan modern. Melakukan *analogous research*, yaitu mencari inspirasi dari 2-3 situasi atau kondisi yang tampak kontras atau tidak berhubungan: Taman Kota, Gerai Yumzaa dan Supermall Karawaci. Saat melakukan *immerse in context* tim melihat dan mempelajari model pasar tradisional baru yang disebut pasar modern, dimana pasar tersebut merupakan perpaduan pasar tradisional dan supermarket. Pasar ini bersih dan nyaman untuk dikunjungi walaupun situasinya masih tetap seperti pasar tradisional. Situasi kebersihan ini juga yang dipelajari dari taman sebagai ruang terbuka hijau, supermarket modern, gerai ritel di mall dan bahkan mall itu sendiri. Semua menawarkan kebersihan dan kenyamanan bagi pengunjung.

2. Dari kumpulan data-data ini tim kemudian menentukan tema, membuat konsep dan merumuskan permasalahan melalui pengajuan pertanyaan 'Bagaimana kita bisa...?' ('How Might We...?') (DT-RD fase *Ideate*-Bedakan [3],[4],[5],[6],[7],[9]). Ada 3 tema yang dihasilkan dari proses RD, yaitu: sistem pengolahan sampah, kesadaran pengguna, dan situasi kondisi eksisting Pasar PSPT Tebet. Dari ketiga tema tersebut HMW yang dihasilkan dan dipilih adalah: 'Bagaimana kita bisa memunculkan kesadaran pengguna, khususnya pedagang, agar dapat mengubah kebiasaan pengguna terhadap sampah dan kebersihan dalam waktu yang singkat?'

3. Setelah mendapatkan perumusan masalah maka diajukanlah beberapa solusi dan dimulainya proses pembuatan prototipe (DT-RD fase *Prototype*-Jadikan [5],[6],[7],[8],[10]). Beberapa ide solusi yang diajukan adalah: rating (pemberian apresiasi bagi pemilik kios yang menjaga kebersihan kiosnya), *zoning* (mengatur kembali *zoning* yang ada sehingga ideal dengan situasi eksisting Pasar PSPT Tebet), dan *blocking* (membuat kelompok blok dan kemudian masing-masing blok bertanggung jawab dengan kebersihan blok tersebut). Solusi yang kemudian dipilih untuk dijadikan prototipe adalah sistem rating, karena satu-satunya solusi yang paling memungkinkan untuk dilakukan dalam jangka waktu singkat.



Gambar 2. Proses pengerjaan prototipe 'Ayooo Bebersih...!' (Sumber: Dokumentasi Tim, 2018)

Tahap *Action* atau implementasi prototipe dilakukan selama kurang lebih 1,5 bulan. Kegiatan pertama yang dilakukan adalah mencari *feedback* solusi sistem *rating* yang ditawarkan. Solusi ini kemudian berkembang menjadi model sayembara kios. Setelah sistem sayembara disetujui oleh semua *stakeholder*: para pedagang, petugas kebersihan, Ka. Pasar PSPT Tebet, tim pelaksana dan PD Pasar Jaya, maka sayembara disosialisasikan selama + 2-3 minggu. Pada hari yang ditentukan sebagai hari mulai lomba yaitu 28 Juni 2018, maka tim pelaksana kemudian mendata semua peserta lomba, melakukan *pretest* atau pengujian situasi dan keadaan kios serta situasi pasar sebelum para peserta melaksanakan lomba.



Gambar 3. Sosialisasi & Action 'Ayooo Bebersih...!' (Sumber: Dokumentasi Tim, 2018)



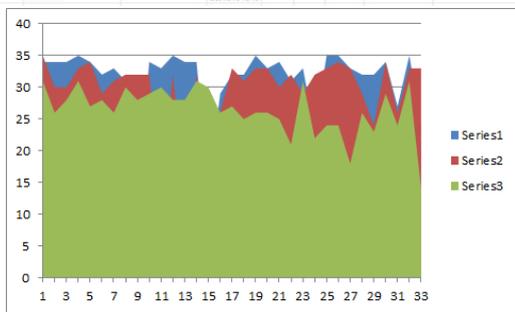
Gambar 4. Kondisi sebelum dan sesudah Action 'Ayooo Bebersih...!' (Sumber: Dokumentasi Tim, 2018)

Lomba sendiri kemudian dilakukan selama + 2 minggu dan pada tanggal 16 Juli diadakan acara penilaian dan penyerahan apresiasi kepada kios dan pedagang yang paling berhasil. Pada saat itu juga dilakukan pengukuran *posttest* untuk mengukur dampak kegiatan sayembara (DT-PAR fase *Deliver / Prototype /Jadikan*: [5],[6],[7],[8],[10],[11],[12]).

Ayooo Bersih...! & Pspt Helper': Kampanye Kebersihan & Prototipe Aplikasi Belanja On-Line Untuk Pasar Basah Tradisional Pspt Tebet

Ruth E. Oppusunggu, Phebe Valencia, Agnes C., Charley A., Whilhelmina, Irene C., Mega S., Beatrice I., Febrina L.

No.	NAMA	PRODUK	NILAI				TOTAL NILAI	PERSENTASE NILAI
			1	2	3	4		
			30/6	2/7	5/7	13/7		
1	Mamay	Daging (ikan)	31	35	34	14	114	81,42857143
2	Jaelani	Daging	26	30	34	32	122	87,14285714
3	Jalal	Daging	28	30	34	35	127	90,71428571
4	Bowo	Daging	31	33	35	35	134	95,71428571
5	Hermawati	Daging	27	34	34	35	130	92,85714286
6	Yusroh	Daging	28	29	32	32	121	86,42857143
7	Dewi	Daging	26	31	33	14	104	74,28571429
8	Ucin	Daging	30	32	31	34	127	90,71428571
9	Hj Ahmad	Daging	28	32	14	31	105	75
10	Dadang	Daging	29	32	34	35	130	92,85714286
11	Heru	Daging	30	14	33	32	109	77,85714286
12	Rahman	Daging	28	32	35	32	127	90,71428571
13	Adi	Daging	28	14	34	14	90	64,28571429
14	Dodo	Daging	31	32	34	35	132	94,28571429
15	Syarifadi (acang)	Daging	30	24	14	33	101	72,14285714
16	Muslich	Bumbu + sayur	26	26	29	26	107	76,42857143
17	Ade	Produk Kemasan	27	33	32	14	106	75,71428571
18	Doni	Sayur	25	31	32	32	120	85,71428571
19	Antoni	Bumbu Dapur	26	33	35	35	129	92,14285714
20	Ari	Sayur	26	33	33	33	125	89,28571429
21	Abdulrojak	Kelapa	25	30	34	35	124	88,57142857
22	Bu Munir	Bumbu Dapur	21	32	31	35	119	85
23	Hadji	Tabu Tempe bakso	31	29	33	33	126	90
24	Sugiarti	Sayur	22	32	28	35	112	80
25	Efendi	Buah	24	33	35	35	127	90,71428571
26	Ika	Buah	24	34	35	35	128	91,42857143
27	Imah	Masakan	18	33	33	34	118	84,28571429
28	Rohmat	Tabu Tempe bakso	26	29	32	28	115	82,14285714
29	Juliah	Sayur	23	24	32	31	110	78,57142857
30	Mulyadi	Tabu Tempe	29	34	34	35	132	94,28571429
31	Fathin	Sayur	24	26	27	28	105	75
32	Jamilah	Bumbu Dapur	31	33	35	35	134	95,71428571
33	Mahmud	Daging	14	33	24	34	105	75
rata-rata			26,45454545					



Gambar 5. Hasil penilaian dan pengukuran Pretest & Posttest 'Bersihkan Kios, Yuk...!!!' (Sumber: Dokumentasi Tim, 2018)

Hasil pengukuran menunjukkan perubahan tingkat kebersihan kios dari sebelum inisiasi sayembara kebersihan dan sesudahnya: (1) Jumlah sampah berkurang 21%, (2) Barang dagangan yang berada di luar kios berkurang 5%, (3) Terjadi peningkatan sebesar 28% kios yang menyediakan tempat sampah, dan, (4) Kerapihan penataan barang dagangan meningkat 19%. Perubahan ini juga terlihat secara nyata dan dirasakan langsung oleh pengunjung, seperti misalnya: kebersihan lorong, saluran hingga kebersihan kios sendiri (lihat gambar 4 di atas).

B. Program PSPT Helper untuk Pasar Tradisional PSPT Tebet

Kegiatan penelitian-mendesain-aksi (PKM) yang kedua mencoba memudahkan proses berbelanja di pasar-pasar tradisional dan mencoba untuk merangkul kemauan teknologi, sehingga kemudahan ini bisa diimplementasikan secara *on-line* dan *off-line*. Untuk itu kegiatan yang kedua ini dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Melakukan kegiatan pengumpulan data (*data collecting*) atau dalam model DT-RD fase

Discover-Temukan [3],[4],[5],[6]:

a. *Community engagement* dengan minimal 8 orang anggota komunitas Pasar Tradisional PSPT Tebet: Rian Hidayat (22 tahun, penjual soto mie), Bapak Ari, (65 tahun, penjual kue basah & keripik), Ibu Ningsih (penjahit), Edbert Ardhito (22 tahun, pedagang es kepal), Ibu pembeli sayur, Bapak Hiro (29 tahun, hair dresser di seberang PSPT), Ibu Heni (45 tahun, pelanggan pasar), Bintang (23 tahun, karyawan pengunjung pasar PSPT). Dari para *stakeholder* ini ditemukan situasi pasar PSPT dahulu yang saat itu belum diperbaiki seperti sekarang ini, yang artinya situasi pasar sudah jauh lebih baik hanya saja pilihan untuk berbelanja juga sudah semakin banyak. Para *stakeholder* menyadari bahwa semakin sedikit generasi muda/milenial yang mau pergi ke pasar tradisional terutama karena anggapan tidak bersih dan tidak ringkas/efisien (misalnya harus tawar-menawar terlebih dahulu dan lain-lain).

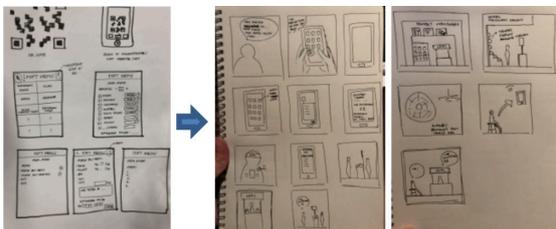
b. *Talk to experts* berbicara dengan ahli 2-3 orang: Ibu Wartini (Ka. Pasar PSPT Tebet), Bapak Yudi (pemilik dan inisiator PSPT Rooftop), dan Sekar (wakil generasi milenial yang bertinggal di Tebet). Dari ketiga orang expert ini ditemukan bahwa sesungguhnya target pengunjung milenial ke Pasar PSPT Tebet adalah sebesar 40% dan pernah tercapai saat pertama kali dibukanya PSPT Rooftop (pemanfaatan ruang paling atas pasar menjadi *café outdoor* dan pertunjukan musik). Dari sudut pandang milenial sebenarnya pasar tradisional menarik untuk mencari produksi sayuran, buah-buahan dan daging segar, namun yang menjadi permasalahan adalah kebersihan, kenyamanan parkir, dan kejelasan zona yang ingin dikunjungi.

c. *Immerse in context* adalah berkelindan dengan 2-3 tempat yang sesuai dengan konteks area target penelitian: Pasar Tebet Barat, Jakarta Selatan dan Pasar Sinpasa Gading Serpong. Pasar Tebet Barat secara tampilan lebih modern, bersih, terang, plafon lebih tinggi dan lorong lebih lebar. Pasar Sinpasa Gading Serpong adalah model pasar yang dikelola pengembang dan memadukan model pasar tradisional dan supermarket. *Analogous research* adalah belajar dari hal-hal yang kontras namun dapat memberi inspirasi: Shopee- aplikasi belanja *on-line* yang menawarkan berbagai macam kemudahan berbelanja secara *on-line*, Tokopedia, aplikasi belanja *on-line* terbesar di Indonesia dan Pasar Santa, pasar yang memiliki 2 muka: pasar tradisional dan pasar untuk anak muda/milenial.

2. Dari kumpulan data-data ini tim kemudian

menentukan tema, membuat konsep dan merumuskan permasalahan melalui pengajuan pertanyaan 'Bagaimana kita bisa...?' ('How Might We...?') (DT-RD fase Ideate-Bedakan [3],[4],[5],[6],[7],[9]). Ada 3 tema yang dihasilkan yaitu: fisik bangunan, potensi dan psikis penghuni Pasar PSPT Tebet. HMW yang dipilih dari tema-tema tersebut adalah: 'Bagaimana kita bisa mensiasati kondisi fisik Pasar untuk keberlanjutan keuntungan dan regenerasi melalui hal-hal yang sederhana namun 'out of the box'?'

3. Setelah mendapatkan perumusan masalah maka diajukanlah beberapa solusi dan dimulainya proses pembuatan prototipe (DT-RD fase *Prototype-Jadikan* [5],[6],[7],[8],[10]). Ide-ide solusi yang muncul: Triple S (*Stop, Scan, Shop*), *Virtual Traditional Market*, Kios Juara, dan Joki Belanja. Ide-ide itu kemudian digabung dan diolah menjadi satu ide solusi yang dikembangkan, yaitu: aplikasi PSPT Helper. Prototipe aplikasi ini menggabungkan ide berbelanja *on-line* dengan model pengantaran, seperti yang dimiliki Gojek© yaitu Go-Shop© atau Go-Food© dengan ide joki pembelian *off-line* di pasar dan kombinasi ide berbelanja sesuai kebutuhan misalnya dicontohkan per-resep makanan.



Gambar 6. Proses pengerjaan prototipe 'PSPT Helper' (Sumber: Dokumentasi Tim, 2018)

Prototipe PSPT Helper menggabungkan ide berbelanja *on-line* dengan model pengantaran, seperti yang dimiliki Gojek© yaitu Go-Shop© atau Go-Food© dengan ide joki pembelian *off-line* di pasar dan kombinasi ide berbelanja sesuai kebutuhan, yang dicontohkan dengan berbelanja sesuai per-resep makanan. Tahap *Action* dan implementasi prototipe dilakukan dengan tahapan-tahapan: mengembangkan sistem PSPT Helper secara *on-line* dan *off-line*, mencari *feedback* terhadap ide PSPT Helper, menguji dan mensosialisasikan PSPT Helper *off-line* (DT-PAR fase *Deliver/Prototipe/Jadikan*: [5],[6],[7],[8],[10]).

Pada sosialisasi dan pengujian PSPT Helper *off-line* yang pertama didapatkan 30 pelanggan

PSPT Tebet yang bersedia mendengarkan informasi tentang PSPT Helper. Pengujian kedua PSPT Helper *off-line* menggunakan 2 'joki' – pelayan pembeli dan menghubungkan generasi milenial untuk mau berbelanja di pasar. Prototipe PSPT Helper *on-line* secara terpisah menjadi *dummy* aplikasi. Pengembangan PSPT Helper untuk menjadi aplikasi yang benar-benar bisa digunakan memerlukan perencanaan pengembangan dan pendanaan lebih lanjut.



Gambar 7. Proses sosialisasi & uji coba 'PSPT Helper' (Sumber: Dokumentasi Tim, 2018)

Sepanjang kegiatan sosialisasi dan uji coba PSPT Helper dilakukan juga pengukuran *Pretest* dan *Posttest* [11],[12]. Hasil dari pengukurannya kurang lebih adalah sebagai berikut:

- Sebelum ada PSPT Helper 21 responden (n=30) berbelanja tanpa merencanakan akan memasak apa, namun setelahnya seluruh responden (n=30) tidak lagi kebingungan akan memasak apa karena dalam model PSPT Helper ada acuan menu per-resep masakan.
- Sebelum ada PSPT Helper hanya 8 responden (n=30) yang merasa nyaman berbelanja di pasar tradisional, setelah ada PSPT Helper 29 responden (n=30) merasa nyaman berbelanja khususnya di Pasar PSPT Tebet.
- Sebelum ada PSPT Helper ada 10 responden (n=30) yang merasa proses berbelanja di pasar tradisional rumit, setelah ada PSPT Helper 30 responden (n=30) merasakan kemudahan berbelanja khususnya di Pasar PSPT Tebet.
- Sebagian besar responden senang pergi ke pasar tradisional karena proses tawar-menawarnya, namun mereka juga tidak keberatan apabila harga ditetapkan oleh PSPT Helper sebagai nilai tambah kemudahan berbelanja karena diwakilkan baik secara *on-line* maupun *off-line*.
- Sebelum ada PSPT Helper ada 19 responden (n=30) yang merasa lebih nyaman berbelanja di supermarket, setelah ada PSPT Helper 30 responden (n=30) merasa nyaman berbelanja di pasar tradisional khususnya di Pasar PSPT Tebet. Sebanyak 66,7% merasa adanya PSPT

Helper *on-line* maupun *off-line* membantu dan membuat mereka lebih tertarik untuk terus berbelanja di pasar tradisional.



Gambar 8. Action 'PSPT Helper' dan hasil pengukuran Pretest dan Posttest (Sumber: Dokumentasi Tim, 2018)

Ringkasan kedua kegiatan penelitian-mendesain-aksi bisa dilihat pada bagan di akhir artikel.

KESIMPULAN

Kegiatan penelitian-mendesain-aksi (PkM) kali ini terbagi menjadi 2 program. Program yang pertama adalah kampanye 'Ayooo Bebersih...!' yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan kebersihan di antara para pedagang, khususnya pedagang pasar basah di PSPT Tebet. Sejak awal kampanye ini didesain untuk dapat di-replikasi oleh baik pihak pengelola pasar, paguyuban pedagang, ataupun dari pihak PD Pasar Jaya sendiri untuk dapat dibawa ke pasar-pasar lain di bawah naungan kewenangannya. Program ini dibuat sederhana, berdampak cepat dan langsung, serta dimungkinkan untuk dilaksanakan secara berkala yang kesemuanya dikaitkan dengan keseharian pedagang serta regulasi yang sudah ada dan dilaksanakan.

Program yang kedua, prototipe desain berbelanja *on-line* dirancang untuk keberlanjutan pasar di masa depan. Prototipe 'PSPT Helper' menyasar pada pembeli dengan memudahkan proses belanjanya, serta para pedagang yang bisa menambah omzet penjualannya dengan kecepatan transaksi perdagangan yang bisa terjadi secara langsung maupun virtual. Selain untuk pembeli eksisting, 'PSPT Helper' juga menyasar pada generasi millennial yang sudah meninggalkan model pasar tradisional, yang harapannya dengan prototipe desain ini bisa membuat generasi ini mau untuk berbelanja di pasar tradisional. Pengembangan prototipe ini jelas bermaksud untuk merespon era teknologi yang semakin disruptif sekaligus semakin memudahkan semua proses, yang sekarang telah menjadi kenyataan model perdagangan.

Sebagai bentuk upaya agar kegiatan ini berkelanjutan, pihak PD Pasar Jaya mengundang dan mewajibkan kepala-kepala Pasar di area Jakarta Selatan untuk ikut dan menghadiri acara peluncuran dan pelaporan kedua program pengembangan bagi Pasar PSPT Tebet, Jakarta Selatan yang dilaksanakan oleh tim dosen dan mahasiswa/i Program Studi Desain Interior, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan. Kerja sama antara Prodi Desain Interior, FD, UPH dan PD Pasar Jayapun berlanjut hingga sekarang.



Gambar 9. Sosialisasi kepada para Ka.Pasar dan tim pelaksana bersama Direktur PD Pasar Jaya (Sumber: Dokumentasi Tim, 2018)

UCAPAN TERIMA KASIH

PD Pasar PSPT Tebet, PD Pasar Jaya, Komunitas Desain as Generator (DAG) – daun (desain anak untuk negeri), Fakultas Desain, UPH dan LPPM UPH.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Katoppo, M. L. dan Sudradjat, I. (2015). Combining Participatory Action Research (PAR) and Design Thinking (DT) as an alternative research method in architecture. **Procedia – Social and Behavioral Sciences 184 C** (2015): 118-125.
- [2] Katoppo, Martin L. (2017). DESAIN SEBAGAI GENERATOR PEMBERDAYAAN MASYARAKAT. **Disertasi Program Doktor**, Institut Teknologi Bandung.
- [3] Brown, T. (2008). **Design thinking** www.unusualeading.com. Harvard Business Review: 1-9.
- [4] Brown, T. dan Katz, B. (2009). **Change by design: how design thinking transforms organizations and inspires innovations.**

New York: HarperCollins Publishers.

[5] Brown, T., dan Wyatt, J. (2010). **Design thinking for social innovation**. Stanford Social Innovation Review, Stanford School of Business: 29-35.

[6] IDEO (2013). **Human centered design (HCD) toolkit: design thinking toolkit for social innovation project**, 2nd.ed. Licensed under The Creative Commons Attribution, Non Commercial, Share A-Like 3.0 Unported License, with IDE, Heifer international and ICRW, funded by Bill and Melinda Gates Foundation.

[7] Simonsen, J. dan Robertson, T. (2013). **Routledge International Handbook of Participatory Design**. New York & London: Routledge International Handbooks.

[8] Sanoff, H. (2000). **Community participation methods in design and planning**. Canada: John Wiley & Sons, Inc.

[9] Jenkins, P. dan Forsyth, L. (2010). **Architecture, Participation and Society**. New York: Routledge.

[10] Jones, P. B., Petrescu, D., dan Till, J. (2005). **Architecture and Participation**. New York: Spon Publishing.

[11] Neuman, L. W. (2006). **Social research methods – qualitative and quantitative approaches**. Boston, NY, SF: Pearson Education, Inc.

[12] Creswell, J. W. (3rd ed. © 2008, 2005, 2002): **Educational research – planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research**. New Jersey: Pearson Education. Inc, Pearson International Edition.

Bagan 1. Penelitian-Aksi (PKM) -Desain: Program 'Bersih Kios, Yuuk...! Dan PSPT Helper untuk Pasar Tradisional PSPT Tebet

KAUM MILENIAL
 Strategi pemasaran digital untuk milenial:
 1. Menentukan target pasar milenial
 2. Menentukan platform digital marketing
 3. Menentukan jenis konten digital marketing
 4. Menentukan waktu posting digital marketing
 5. Menentukan cara promosi digital marketing

DAMPAK
MENINGKATKAN EKONOMI PASAR
 Dengan adanya PSPT Helper, pasar tradisional akan lebih mudah diakses oleh masyarakat, sehingga akan meningkatkan pendapatan pedagang dan pembeli.
MEMUDAHKAN MASYARAKAT BERBELANJA DI PASAR
 Dengan adanya PSPT Helper, masyarakat akan lebih mudah mencari barang yang dibutuhkan di pasar.
MENAMBAH LAPANGAN PEKERJAAN BARU
 Dengan adanya PSPT Helper, akan tercipta lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat.
KEUNTUNGAN PEDAGANG MENINGKAT
 Sebelum adanya PSPT Helper, pedagang tidak mendapatkan keuntungan maksimal. Dengan adanya PSPT Helper, keuntungan pedagang akan meningkat.

PSPT HELPER
TENTANG KAMI
 PSPT HELPER adalah aplikasi belanja online yang memudahkan masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional. Aplikasi ini akan membantu masyarakat untuk mencari barang yang dibutuhkan di pasar, sehingga akan meningkatkan pendapatan pedagang dan pembeli.
MISI
 Meningkatkan pendapatan pedagang dan pembeli di pasar tradisional.
VISI
 Menjadi aplikasi belanja online yang paling banyak digunakan di pasar tradisional.

HOW MIGHT WE?
 Bagaimana cara mengoptimalkan pedagang untuk memaksimalkan hasil pasar untuk labortuliskan keuntungan dan regenerasi media di hal-hal yang sederhana?
 * Ada media sosial yang bisa digunakan untuk mempromosikan produk pasar tradisional.
 * Ada media sosial yang bisa digunakan untuk mempromosikan produk pasar tradisional.
 * Ada media sosial yang bisa digunakan untuk mempromosikan produk pasar tradisional.

dampak kegiatan Bersih Kios, Yuuk...!
 Dampak bagi kios yang mengikuti lomba:
Sebelum
 Jumlah sampah yang ada pada area kios: Beruntung 21 %
Sesudah
 Barang dagangan yang berada di luar kios: Beruntung 5 %
 Barang dagangan yang tidak sesuai kategori: Tidak ada banyak perubahan karena zona sudah baik.
 Ketersediaan tempat sampah pada setiap kios: Meningkat 28%
 Kerapian penataan barang dagangan: Poin rata-rata untuk kerapian meningkat 19%
 Dampak bagi seluruh pasar:
 Lorong menjadi lebih bersih: sebelum sesudah
 Beberapa pedagang ikut membantu menjaga kebersihan: sebelum sesudah

Bebersih Kios, Yuk!
 Bagaimana kita bisa memunculkan kesadaran pengguna khususnya pedagang, agar dapat mengubah kebiasaan pengguna terhadap sampah dan kebersihan dalam waktu yang singkat?
Feedback Komunitas
 "Kalo bisa sering ada kesadaran pengguna khususnya pedagang, agar dapat mengubah kebiasaan pengguna terhadap sampah dan kebersihan dalam waktu yang singkat?"
 "karena fasilitas dan pengalihan sudah ada."
Action
 sosialisasi dan pemantauan lomba Bersih Kios, Yuk yang diadakan di area Pasar Tebet Timur jawa I
Kriteria
 1. Jumlah kios yang mengikuti lomba
 2. Jumlah pedagang yang mengikuti lomba
 3. Jumlah pengunjung yang mengikuti lomba
Para Ahli
 Dina Ferasudha
 Ignatius Adrian Santiana
Kelompok
 "Kita ingin mengajak pedagang-pedagang untuk lebih peduli terhadap kebersihan kios mereka. Kita ingin mengajak pedagang-pedagang untuk lebih peduli terhadap kebersihan kios mereka. Kita ingin mengajak pedagang-pedagang untuk lebih peduli terhadap kebersihan kios mereka."