



Pengarahannya UMKM Bazar di Acara 17 Agustus di Dusun Sumur

The Guidance for MSMEs Bazaar at the 17th August Event in Sumur Hamlet.

Tuwis Hariyani¹, Rofi'ah², M.Fikri Iqbaludin Z³, Yusuf Wahono⁴, Ibrohim⁵

¹Tuwis Hariyani, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kahuripan Kediri, Indonesia

²Rofi'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kahuripan Kediri, Indonesia

³ M.Fikri Iqbaludin Z, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Kahuripan Kediri, Indonesia

⁴Yusuf Wahono, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kahuripan Kediri, Indonesia

⁵Ibrohim, Fakultas Teknik, Universitas Kahuripan Kediri, Indonesia

*Email Penulis : tuwisharyani@kahuripan.ac.id

INFO ARTIKEL:

Riwayat Artikel:

Dikirim: 16-11-2024

Direview: 22-11-2024

Diterima: 28-12-2024

Diterbitkan: 30-01-2025

Article History:

Received: 16-11-2024

Reviewed: 22-11-2024

Accepted: 28-12-2024

Published: 30-01-2025

Abstrak:

Kegiatan bazar UMKM pada perayaan 17 Agustus di Dusun Sumur merupakan upaya strategis dalam pemberdayaan ekonomi lokal. Melalui bazar ini, pelaku UMKM mendapatkan platform untuk mempromosikan produk mereka, serta meningkatkan penjualan. Dengan melibatkan masyarakat, diharapkan kegiatan ini tidak hanya meningkatkan perekonomian, tetapi juga memperkuat solidaritas sosial. Penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara untuk mengumpulkan data mengenai dampak bazar terhadap pelaku UMKM dan masyarakat. Hasil menunjukkan bahwa bazar memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMKM dan kesadaran masyarakat akan produk lokal.

Kata Kunci : UMKM, Bazar, Sumur

Abstract:

The MSME bazaar activity on the 17th August celebration in Sumur Hamlet is a strategic effort in empowering the local economy. Through this bazaar, MSME actors get a platform to promote their products and increase sales. By involving the community, it is hoped that this activity will not only improve the economy but also strengthen social solidarity. This study used observation and interview methods to collect data on the impact of the bazaar on MSME actors and the community. The results show that the bazaar made a significant contribution to increasing the income of MSME actors and public awareness of local products.

Keywords: MSMEs, Bazaar, Sumur



PENDAHULUAN

Perayaan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia pada tanggal 17 Agustus selalu menjadi momen yang ditunggu-tunggu. Di Dusun Sumur, perayaan ini tidak hanya sekadar upacara bendera, tetapi juga diisi dengan berbagai kegiatan, termasuk bazar UMKM. Menurut data Badan Pusat Statistik (2022), sektor UMKM menyumbang sekitar 61% terhadap PDB Indonesia dan menyerap 97% tenaga kerja. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya peran UMKM dalam perekonomian nasional. Kegiatan bazar diharapkan dapat memberikan ruang bagi UMKM untuk mempromosikan produk mereka, sekaligus meningkatkan pendapatan dan keberlangsungan usaha mereka (Arkha Kunta Wijaya Trus Hayu & Muhadjir Anwar, 2024).

Dalam konteks Dusun Sumur, bazar ini juga berfungsi sebagai ajang untuk memperkenalkan produk-produk lokal kepada masyarakat luas. Produk yang ditawarkan bervariasi, mulai dari makanan, kerajinan tangan, hingga produk pertanian. Dengan adanya bazar, masyarakat diharapkan lebih mengenal dan mencintai produk lokal, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing produk UMKM. Hal ini sejalan dengan tujuan Sustainable Development Goals (SDGs) yang menekankan pentingnya keberlanjutan ekonomi dan pengurangan kemiskinan (Bazar et al., 2023).

Bazar di Dusun Sumur bukan sekadar tempat transaksi ekonomi, tetapi juga merupakan ruang sosial yang mempertemukan berbagai elemen masyarakat. Misalnya, ketika pengunjung memasuki area bazar, mereka disambut oleh aroma khas makanan tradisional yang menggugah selera, seperti keripik tempe, kue lapis, dan berbagai olahan sayur yang segar. Makanan-makanan ini tidak hanya menawarkan kenikmatan rasa tetapi juga mencerminkan kekayaan budaya kuliner lokal. Selain itu, kerajinan tangan, seperti anyaman bambu dan batik tulis, menjadi daya tarik tersendiri. Produk-produk ini tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga mengandung cerita dan tradisi yang mendalam, menciptakan koneksi emosional antara konsumen dan produsen (Barts, 2023).

Pentingnya bazar ini juga terletak pada perannya dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan keberadaan produk lokal. Dalam banyak kasus, konsumen lebih cenderung memilih produk yang mereka kenal dan percaya. Dengan memperkenalkan produk-produk lokal melalui bazar, masyarakat tidak

hanya mendapatkan informasi tentang kualitas dan manfaat produk tersebut, tetapi juga dapat berinteraksi langsung dengan para produsen. Misalnya, seorang petani yang menjual sayuran organik dapat menjelaskan proses budidaya yang ramah lingkungan, yang pada gilirannya dapat menarik perhatian konsumen yang peduli terhadap keberlanjutan. Interaksi ini menciptakan kepercayaan dan loyalitas yang lebih besar terhadap produk lokal (Hamdah et al., 2024).

Lebih jauh lagi, bazar menjadi platform yang efektif untuk mempromosikan produk-produk UMKM. Dengan meningkatnya persaingan di pasar, UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka. Bazar memberikan kesempatan bagi mereka untuk menunjukkan keunikan dan kualitas produk mereka secara langsung kepada konsumen. Misalnya, produk kerajinan tangan yang dibuat oleh pengrajin lokal dapat lebih diapresiasi ketika dilihat dan disentuh secara langsung. Hal ini dapat meningkatkan penjualan dan membantu UMKM untuk bertahan dan berkembang di tengah tantangan ekonomi (Hamdah et al., 2024).

Keterlibatan Tim KKN Kelompok 2 Universitas Kahuripan Kediri dalam penyelenggaraan bazar ini juga patut dicatat. Mereka tidak hanya berperan sebagai panitia, tetapi juga sebagai fasilitator yang membantu menghubungkan produsen lokal dengan konsumen. Dengan latar belakang pendidikan yang mereka miliki, mahasiswa ini dapat memberikan pelatihan dan bimbingan kepada para pelaku UMKM mengenai teknik pemasaran yang efektif, penggunaan media sosial untuk promosi, dan manajemen keuangan yang baik. Misalnya, mereka dapat mengajarkan cara memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga produk lokal tidak hanya dikenal di tingkat lokal tetapi juga di tingkat nasional bahkan internasional (Potensi et al., 2023).

Dari sudut pandang keberlanjutan, bazar ini sejalan dengan tujuan Sustainable Development Goals (SDGs) yang menekankan pentingnya keberlanjutan ekonomi dan pengurangan kemiskinan. Dengan meningkatkan daya saing produk lokal, bazar membantu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain itu, dengan mempromosikan produk yang dihasilkan secara lokal, bazar berkontribusi pada pengurangan jejak karbon yang dihasilkan dari transportasi barang. Ini adalah langkah penting menuju masyarakat yang lebih berkelanjutan dan mandiri (Mariana, 2024).

Dalam kesimpulannya, bazar di Dusun Sumur bukan hanya sekadar tempat jual beli, tetapi merupakan wadah yang memperkuat hubungan antara produsen dan konsumen, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya produk lokal. Dengan dukungan dari Tim KKN Kelompok 2 Universitas Kahuripan Kediri, bazar ini berpotensi menjadi model bagi inisiatif serupa di daerah lain. Melalui pendekatan yang terintegrasi antara pendidikan, promosi produk lokal, dan keberlanjutan ekonomi, kita dapat menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dengan demikian, bazar ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas budaya dan sosial masyarakat Dusun Sumur.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan bazar ini melibatkan beberapa tahap, dimulai dari perencanaan hingga evaluasi. Tim KKN Kelompok 2 Universitas Kahuripan Kediri melakukan koordinasi dengan pemerintah desa dan pelaku UMKM setempat. Pertama, dilakukan survei untuk mengidentifikasi pelaku UMKM yang berpotensi berpartisipasi dalam bazar. Survei ini meliputi pengumpulan data mengenai jenis usaha, produk yang ditawarkan, serta kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

Setelah itu, dilakukan sosialisasi mengenai kegiatan bazar kepada masyarakat dan pelaku UMKM. Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan partisipasi dan antusiasme masyarakat dalam mengikuti bazar. Selain itu, tim juga memberikan pelatihan singkat mengenai pemasaran dan promosi produk kepada pelaku UMKM, sehingga mereka dapat memaksimalkan potensi penjualan saat bazar berlangsung (Andayani, 2023).

Selama pelaksanaan bazar, tim KKN melakukan pengawasan untuk memastikan semua kegiatan berjalan lancar. Tim juga mengumpulkan data penjualan dan umpan balik dari pelaku UMKM untuk mengevaluasi efektivitas kegiatan tersebut. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis untuk mengetahui dampak bazar terhadap pendapatan pelaku UMKM dan respons masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Adapun tahap metode

pelaksanaan kegiatan bazar di Dusun Sumur dilakukan melalui beberapa tahapan diantaranya sebagai berikut:

1) Persiapan Kegiatan

Persiapan yang dilakukan oleh mahasiswa KKN Kelompok 02 Universitas Kahuripan Kediri untuk Bazar yang bertema “Menyambung Rasa, Memupuk Asa” merupakan langkah strategis yang tidak hanya berfokus pada penyelenggaraan acara, tetapi juga pada pemberdayaan para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Dusun Sumur. Kegiatan ini direncanakan berlangsung pada tanggal 11 Agustus 2024, dan memiliki tujuan yang jelas, yaitu untuk menggali permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM setempat. Dengan melibatkan masyarakat lokal dalam proses ini, mahasiswa KKN berupaya menciptakan sinergi antara akademisi dan komunitas, yang pada gilirannya dapat memperkuat posisi UMKM di pasar lokal.

Pada tanggal 11 Agustus 2024, mahasiswa KKN melakukan pengumpulan data awal mengenai permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Kegiatan ini dilakukan melalui wawancara dan diskusi kelompok dengan para pelaku usaha. Misalnya, beberapa pelaku UMKM mengungkapkan kesulitan dalam hal akses pasar dan promosi produk mereka. Dalam hal ini, mahasiswa KKN berperan sebagai fasilitator yang menghubungkan pelaku UMKM dengan peluang yang ada, serta memberikan masukan tentang strategi pemasaran yang lebih efektif. Melalui pendekatan ini, mahasiswa tidak hanya mendengarkan keluhan, tetapi juga memberikan solusi yang dapat diimplementasikan oleh para pelaku UMKM.

Selanjutnya, pada tanggal 12 Agustus 2024, diadakan pengarahan terkait pengelolaan keuangan dan pemasaran produk. Kegiatan ini sangat penting, mengingat banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai manajemen keuangan yang baik. Dalam sesi ini, mahasiswa KKN mengundang narasumber yang berpengalaman di bidang keuangan dan pemasaran untuk memberikan pelatihan. Contohnya, pelatihan tentang cara membuat laporan keuangan sederhana dan strategi pemasaran digital yang dapat diakses oleh pelaku UMKM. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan

para pelaku UMKM dapat lebih mandiri dan mampu mengelola usaha mereka dengan lebih baik.

Sebagai bagian dari persiapan Bazar yang dijadwalkan pada tanggal 17 Agustus 2024, mahasiswa KKN melakukan pendataan peserta bazar dengan cara yang proaktif. Mereka membagikan undangan secara langsung kepada pelaku UMKM di Dusun Sumur dan menyebarkan melalui seluruh RT dan RW dengan bantuan karang taruna setempat. Pendekatan ini tidak hanya efektif dalam menginformasikan acara, tetapi juga membangun hubungan yang lebih dekat antara mahasiswa KKN dan masyarakat. Dalam konteks ini, keterlibatan karang taruna sebagai agen komunikasi sangat penting, karena mereka memiliki jaringan yang luas dan dapat menjangkau pelaku UMKM yang mungkin tidak terjangkau oleh mahasiswa KKN.

Di sisi lain, panitia juga terlibat dalam proses persiapan fasilitas yang diperlukan untuk acara bazar. Mereka memastikan bahwa semua kebutuhan seperti meja, kursi, dan fasilitas lainnya tersedia dan dalam kondisi baik. Pengaturan tempat yang nyaman dan menarik juga menjadi perhatian utama, sehingga para pelaku UMKM dapat menampilkan produk mereka dengan baik. Selain itu, semua pelaku UMKM yang berpartisipasi dalam kegiatan ini tidak dikenakan biaya, yang menunjukkan komitmen mahasiswa KKN untuk mendukung pengembangan usaha lokal tanpa membebani mereka secara finansial.

Dalam rangkaian kegiatan ini, mahasiswa KKN Kelompok 02 Universitas Kahuripan Kediri menunjukkan peran aktif mereka dalam pemberdayaan UMKM. Dengan mengedepankan tema “Menyambung Rasa, Memupuk Asa”, mereka tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga pada aspek sosial dan budaya. Melalui bazar, diharapkan terjadi interaksi yang positif antara pelaku UMKM dan masyarakat luas, sehingga dapat menciptakan suasana saling mendukung dan memperkuat jaringan sosial di Dusun Sumur.

2) Pelaksanaan Kegiatan

KKN Kelompok 2 Universitas Kahuripan Kediri melaksanakan dua kegiatan yang berbeda namun saling terkait, dengan tujuan yang sama, yaitu meningkatkan keterampilan masyarakat melalui pelatihan dan praktik langsung. Kegiatan pertama berfokus pada pelatihan, sementara kegiatan

kedua merupakan penerapan langsung dari hasil pelatihan yang telah diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa KKN bukan hanya sekadar program pengabdian masyarakat, tetapi juga merupakan sarana untuk memberdayakan masyarakat melalui pendidikan dan praktik

- **Kegiatan pertama**

Kegiatan pertama yang dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus 2024, berfokus pada pengelolaan keuangan dan pemasaran produk, merupakan langkah strategis dalam mendukung pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Dusun Sumur. Kegiatan ini dihadiri oleh berbagai pelaku UMKM yang antusias untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam dua aspek penting yang sering kali menjadi tantangan dalam pengembangan usaha. Acara berlangsung di balai Dusun Sumur, dimulai pada pukul 19.00 dan berakhir pada pukul 21.00 WIB, menciptakan suasana yang kondusif untuk berbagi ilmu dan pengalaman.

Pengelolaan keuangan adalah salah satu aspek krusial yang harus dikuasai oleh setiap pelaku usaha. Dalam sesi ini, para peserta diberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya pencatatan keuangan yang baik. Misalnya, dengan menggunakan buku kas sederhana, pelaku UMKM dapat lebih mudah melacak pemasukan dan pengeluaran mereka. Hal ini tidak hanya membantu dalam mengontrol arus kas, tetapi juga memberikan gambaran yang jelas tentang profitabilitas usaha. Dalam diskusi, beberapa peserta berbagi pengalaman mereka terkait kesulitan yang dihadapi dalam mengelola keuangan, seperti kebiasaan membelanjakan uang secara impulsif tanpa mencatatnya. Melalui ilustrasi konkret ini, peserta lain dapat lebih memahami betapa pentingnya disiplin dalam pengelolaan keuangan.

Selanjutnya, aspek pemasaran produk juga menjadi topik hangat dalam kegiatan ini. Pemasaran yang efektif adalah kunci untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan. Dalam sesi ini, peserta diajarkan berbagai strategi pemasaran, mulai dari pemasaran tradisional hingga digital. Contohnya, penggunaan media sosial sebagai platform untuk mempromosikan produk mereka. Dengan memanfaatkan Facebook atau Instagram, pelaku UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Sebagai ilustrasi, salah satu peserta yang

menjalankan usaha kerajinan tangan berbagi pengalamannya dalam menggunakan Instagram untuk mempromosikan produknya. Ia menjelaskan bagaimana foto-foto yang menarik dan penggunaan hashtag yang tepat dapat meningkatkan visibilitas produk dan menarik lebih banyak pembeli.

Kegiatan ini bukan hanya sekadar transfer ilmu, tetapi juga membangun jaringan antar pelaku UMKM. Dalam suasana yang penuh keakraban, peserta saling bertukar informasi dan pengalaman, menciptakan kolaborasi yang potensial di masa depan. Dengan adanya dukungan dari KKN Kelompok 2 Universitas Kahuripan Kediri, kegiatan ini menjadi lebih terarah dan terstruktur. Mahasiswa yang terlibat tidak hanya berperan sebagai pengajar, tetapi juga sebagai fasilitator yang membantu peserta dalam menerapkan ilmu yang didapatkan.

Melalui kegiatan ini, kami berharap dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi pengembangan UMKM di Dusun Sumur. Dengan menguasai pengelolaan keuangan dan pemasaran produk, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi langkah awal bagi KKN Kelompok 2 untuk terus mendampingi dan memberikan bimbingan kepada para pelaku usaha di daerah tersebut.

- **Kegiatan Kedua**

Kegiatan kedua dilaksanakan pada tanggal 17 Agustus 2024 dalam rangka memperingati Hari Kemerdekaan Indonesia, yang merupakan momen bersejarah bagi bangsa ini. Pada kesempatan istimewa ini, KKN Kelompok 2 Universitas Kahuripan Kediri berkolaborasi dengan para pelaku UMKM di Dusun Sumur untuk mengadakan bazar yang bertujuan tidak hanya untuk mempromosikan, tetapi juga untuk meningkatkan penjualan produk-produk lokal yang kaya akan nilai budaya dan tradisi. Bazar ini berlokasi di lingkungan RT 2, Desa Nanggung, Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri, dan berlangsung dari pukul 19.00 hingga berakhir pada pukul 21.00 WIB.

Bazar ini menjadi ajang yang sangat menarik, di mana para pelaku UMKM menampilkan beragam produk unggulan mereka, mulai dari kerajinan tangan, makanan khas daerah, hingga produk pertanian organik.

Misalnya, salah satu stand menampilkan kerajinan anyaman bambu yang dihasilkan oleh ibu-ibu rumah tangga setempat, yang tidak hanya memperlihatkan keterampilan mereka, tetapi juga memberikan peluang ekonomi bagi keluarga. Selain itu, produk kuliner seperti keripik singkong dan kue tradisional juga menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung yang ingin mencicipi cita rasa lokal.

Melalui bazar ini, KKN Kelompok 2 tidak hanya berperan sebagai fasilitator, tetapi juga sebagai penggerak komunitas untuk menyadari potensi yang ada di sekitar mereka. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan masyarakat lokal dapat lebih menghargai produk-produk buatan sendiri dan mengurangi ketergantungan pada barang-barang impor. Selain itu, bazar ini juga menciptakan suasana kebersamaan dan kebanggaan atas identitas lokal, yang sangat penting dalam memperkuat rasa nasionalisme, terutama di hari yang bersejarah ini.

HASIL KEGIATAN

Hasil dari survei yang dilakukan oleh KKN Kelompok 2 Universitas Kahuripan Kediri pada tanggal 11 Agustus 2024 menunjukkan tantangan yang kompleks yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Dusun Sumur. Dalam survei tersebut, penulis menemukan dua tantangan utama yang sering kali dirasakan oleh para pelaku UMKM, yaitu pengelolaan keuangan yang efektif dan pemasaran produk yang menarik bagi konsumen. Pengelolaan keuangan yang baik sangat penting untuk memastikan kelangsungan usaha, di mana banyak pelaku UMKM yang tidak memiliki pemahaman yang memadai mengenai pencatatan keuangan dan perencanaan anggaran. Misalnya, beberapa pelaku usaha sering kali mengalami kesulitan dalam memisahkan antara keuangan pribadi dan usaha, yang dapat mengakibatkan kekacauan finansial.

Selanjutnya, tantangan dalam pemasaran produk juga menjadi isu signifikan. Banyak pelaku UMKM yang memiliki produk berkualitas tinggi namun kesulitan dalam menjangkau konsumen. Contohnya, produk kerajinan tangan dari Dusun Sumur yang memiliki nilai seni tinggi, namun kurang dikenal di pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, kegiatan ini dirancang untuk memberikan solusi dan pengarahan kepada para pelaku usaha agar dapat mengatasi permasalahan

yang sedang dihadapi, sehingga mereka dapat mengembangkan bisnis dengan lebih baik.

Setelah melakukan survei, penulis melanjutkan dengan mengadakan pelatihan pada tanggal 12 Agustus 2024 yang berfokus pada pengelolaan keuangan dan pemasaran produk. Pelatihan ini dipandu oleh Yusuf, mahasiswa manajemen yang berpengalaman dalam bidang keuangan dan pemasaran. Dengan latar belakangnya yang aktif dalam program Kampus Merdeka P2MW, Yusuf memberikan materi yang relevan dan aplikatif, seperti teknik penganggaran yang efektif dan strategi pemasaran digital. Hal ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi para pelaku UMKM dalam mengelola usaha mereka.

Dengan pelatihan ini, diharapkan para pelaku UMKM di Dusun Sumur dapat mengatasi tantangan yang dihadapi dan meningkatkan daya saing produk mereka. Kesimpulannya, melalui kegiatan KKN ini, KKN Kelompok 2 Universitas Kahuripan Kediri berkomitmen untuk memberdayakan pelaku UMKM dengan memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mencapai keberhasilan dalam bisnis mereka. Kegiatan tersebut tercermin pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Pemberian pelatihan mengenai keuangan dan pemasaran
(Dokumentasi penulis, 2024)

Pada sesi pertama, pembahasan difokuskan pada pengelolaan keuangan, sebuah topik yang sangat krusial dalam dunia usaha. Pengelolaan keuangan yang tidak baik sering kali menjadi penyebab utama kegagalan dalam menjalankan usaha, terutama bagi para pelaku UMKM yang memiliki sumber daya terbatas. Dalam sesi ini, peserta diberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya pencatatan keuangan yang sistematis. Misalnya, menggunakan software akuntansi sederhana dapat membantu pelaku usaha dalam memisahkan keuangan pribadi dari keuangan usaha, sehingga memudahkan dalam pengawasan dan pengelolaan. Pembicara juga menjelaskan tentang arus kas, yang merupakan aliran uang masuk dan keluar, serta bagaimana menjaga arus kas agar tetap sehat. Salah satu strategi yang diusulkan adalah membuat proyeksi arus kas bulanan untuk mengantisipasi kebutuhan modal.

Lebih lanjut, sesi kedua membahas pemasaran produk, yang merupakan kunci keberhasilan sebuah usaha. Di era digital saat ini, pemasaran yang efektif sangat penting, dan para pelaku UMKM dituntut untuk berinovasi dalam mempromosikan produk mereka. Rofi'ah, sebagai pembicara, menekankan pentingnya membangun brand yang kuat dan menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Contohnya, banyak UMKM yang berhasil meningkatkan penjualan melalui Instagram dan Facebook dengan memposting konten menarik yang relevan dengan target pasar. Selain itu, pemahaman perilaku konsumen dan tren pasar menjadi hal yang tidak kalah penting, agar produk yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Pengarahan ini tidak hanya bersifat teoretis, tetapi juga diikuti dengan diskusi interaktif. Banyak pelaku UMKM merasa terbantu dengan sesi tanya jawab, di mana mereka dapat langsung berkonsultasi mengenai permasalahan yang dihadapi. Ini menciptakan ruang bagi mereka untuk saling berbagi pengalaman dan belajar dari satu sama lain. Dengan pelatihan dan pendampingan ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat mempraktikkan teknik dasar pengelolaan keuangan dan pemasaran produk, sehingga mampu memperkenalkan produk mereka lebih luas dan mendapatkan keuntungan yang optimal.

Pada puncak kegiatan, yaitu Bazar UMKM Dusun Sumur pada tanggal 17 Agustus 2024, produk-produk lokal diperkenalkan kepada masyarakat. Acara ini

menjadi platform penting untuk mempromosikan berbagai jenis makanan khas daerah, seperti sambal Ende dan gorengan, yang menarik perhatian pengunjung. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya mendukung keberlanjutan UMKM, tetapi juga memperkuat ikatan sosial di antara pelaku usaha dan masyarakat. Melalui inisiatif ini, diharapkan UMKM dapat tumbuh dan berkembang dalam menghadapi tantangan yang ada. Hal tersebut nampak pada tampilan gambar dibawah ini:



Gambar 2. Pelaksanaan Bazar 17 Agustus
(Dokumentasi penulis, 2024)

Pada hari pelaksanaan, KKN Kelompok 2 Universitas Kahuripan Kediri menunjukkan peran yang signifikan dalam mendukung dan mendampingi para pelaku UMKM. Dalam upaya ini, kelompok dibagi menjadi dua tim yang memiliki tanggung jawab berbeda, namun saling melengkapi untuk mencapai tujuan bersama. Tim pertama fokus pada pendampingan langsung kepada pelaku UMKM, yang merupakan langkah krusial dalam memastikan keberhasilan promosi produk mereka.

Tim pertama berupaya membantu dalam berbagai aspek teknis, mulai dari mendirikan stand hingga menata produk yang akan dipasarkan. Penataan produk dilakukan dengan cermat, mengutamakan estetika yang menarik perhatian pengunjung. Misalnya, produk-produk lokal yang ditata dengan kombinasi warna yang serasi dan penempatan yang strategis dapat menciptakan daya tarik visual yang kuat. Stand yang tertata rapi diharapkan mampu menarik perhatian pengunjung dan meningkatkan penjualan. Selain itu, tim pertama juga bertanggung jawab dalam memasang poster-poster promosi. Poster ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan cerita di balik produk, seperti keunggulan bahan-bahan alami yang digunakan. Dengan demikian, pengunjung tidak hanya mendapatkan informasi, tetapi juga terhubung secara emosional dengan produk yang ditawarkan.

Sementara itu, tim kedua berfokus pada pemasaran digital, yang menjadi aspek penting dalam era teknologi saat ini. Dengan bekerja sama dengan pelaku UMKM, tim ini membantu menciptakan konten yang dapat digunakan sebagai materi promosi di media sosial. Melalui pemasaran digital, produk UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Tim kedua memberikan panduan tentang teknik pengambilan foto dan video produk, yang mencakup pemilihan angle, pencahayaan, dan komposisi gambar. Misalnya, penggunaan pencahayaan alami dapat membuat produk terlihat lebih menarik dan menggugah selera.

Dengan pendekatan ini, KKN Kelompok 2 tidak hanya berkontribusi pada pemasaran produk UMKM, tetapi juga memberdayakan pelaku UMKM dengan keterampilan yang dapat mereka gunakan di masa depan. Keseluruhan kegiatan ini menciptakan sinergi yang kuat antara pendampingan langsung dan pemasaran digital, sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar yang lebih luas.

Dengan demikian, peran KKN Kelompok 2 Universitas Kahuripan Kediri dalam mendukung UMKM bukan hanya sekadar kegiatan temporer, tetapi merupakan langkah strategis yang mampu memberdayakan pelaku usaha lokal dan meningkatkan eksposur produk mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa dan pelaku UMKM dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan. Hal ini nampak pada gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 3. Panduan oleh kelompok 2 KKN pada UMKM
(Dokumentasi Penulis, 2024)

Pendampingan dalam pembuatan konten pemasaran oleh KKN Kelompok 2 Universitas Kahuripan Kediri terbukti menjadi salah satu aspek yang sangat vital dalam mendukung pelaku UMKM. Dalam era digital saat ini, banyak pelaku UMKM yang masih kesulitan dalam mengelola media sosial dan konten digital. Misalnya, seorang pengusaha kecil yang menjual kerajinan tangan mungkin tidak familiar dengan cara membuat konten menarik di Instagram atau Facebook. KKN Kelompok 2 menyadari tantangan ini dan berinisiatif untuk memberikan pelatihan yang komprehensif, yang tidak hanya mengajarkan teknik pembuatan konten, tetapi juga strategi pemasaran yang efektif.

Pelatihan yang dilakukan oleh tim KKN tidak hanya bersifat teori, tetapi juga praktik langsung. Para pelaku UMKM diajarkan cara menggunakan alat-alat digital seperti Canva untuk mendesain poster, atau bagaimana memanfaatkan fitur-fitur di media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Misalnya, mereka diajarkan untuk membuat video pendek yang menarik untuk promosi produk, yang dapat dengan mudah dibagikan di platform seperti TikTok atau Instagram. Dengan demikian, pelaku UMKM tidak hanya mendapatkan pengetahuan baru, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan.

Di akhir kegiatan, kolaborasi antara tim KKN pertama dan kedua dalam pelaksanaan bazar menjadi momen penting. Keberhasilan acara bazar ini tidak

hanya diukur dari segi penjualan produk, tetapi juga dari dampak yang dirasakan oleh para pelaku UMKM. Mereka mendapatkan pengalaman langsung dalam menjual produk mereka, serta umpan balik dari konsumen yang sangat berharga untuk pengembangan usaha mereka ke depan. Hal ini sejalan dengan tujuan pemberdayaan UMKM, di mana mereka diharapkan dapat berkembang menjadi usaha yang tidak hanya mampu menyediakan produk berkualitas tinggi, tetapi juga memiliki strategi pemasaran yang unggul (Afrioni et al., 2023).

Kesimpulannya, pendampingan yang dilakukan oleh KKN Kelompok 2 Universitas Kahuripan Kediri dalam pembuatan konten pemasaran merupakan langkah strategis dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Dengan pelatihan yang sistematis dan praktik langsung, mereka tidak hanya belajar cara memasarkan produk secara efektif, tetapi juga mendapatkan kepercayaan diri untuk bersaing di pasar digital. Oleh karena itu, inisiatif ini tidak hanya bermanfaat bagi individu pelaku UMKM, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal secara keseluruhan.

SIMPULAN

Kegiatan bazar 17 Agustus-an yang diprakarsai oleh tim KKN Kelompok 2 Universitas Kahuripan Kediri telah memberikan dampak yang signifikan terhadap kesiapan pelaku UMKM Dusun Sumur. Dengan pelatihan yang tepat dan dukungan yang berkelanjutan, mereka kini lebih siap untuk menghadapi tantangan pasar. Melalui peningkatan keterampilan dalam pengelolaan usaha dan pemasaran digital, pelaku UMKM tidak hanya dapat meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkuat posisi mereka dalam persaingan yang semakin ketat. Ini adalah contoh nyata bagaimana kolaborasi antara akademisi dan masyarakat dapat menghasilkan perubahan yang positif dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Sebelumnya penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada rekan-rekan yang sudah terlibat dalam kegiatan Bazar ini. Tak lupa pula kepada semua warga Dusun Sumur yang sudah antusias mengikuti acara ini sehingga dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Semoga kegiatan bazar UMKM ini bisa berkelanjutan di setiap tahunnya.

REFERENSI

- Abdi, J., Ilmu, M., Ekonomi, F., & Balikpapan, U. (2023). *312-Article Text-1367-1-10-20230829*. 5, 60–68.
- Afrioni, S., Anggita, H. N., Filzati, N., Najib, M., Syukri, A., Nisa, M. A., Mahmudah, A. A., Asnafi, M. F., Pamungkas, A. I., Laeli, N., & Amri, M. (2023). *Pemberdayaan umkm melalui bazar di desa pegundan kecamatan petarukan kabupaten pemalang*. 2(2), 1651–1659.
- Andayani, W. (2023). *Pemberdayaan Umkm Kabupaten Malang Melalui Penyelenggaraan Sosialisasi Dan Bazar Di Lingkungan Mahasiswa*. *Proficio*, 5(1), 51–56. <https://doi.org/10.36728/jpf.v5i1.2913>
- Arkha Kunta Wijaya Trus Hayu, & Muhadjir Anwar. (2024). *Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Kelurahan Rungkut Kidul Melalui Pasar Tradisional Berupa Bazar Hari Pahlawan*. *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 126–133. <https://doi.org/10.55606/nusantara.v4i1.2398>
- Barts, H. (2023). *Implementasi kegiatan bazar umkm sebagai upaya dalam memperkuat ketahanan pangan di Kelurahan Amborawang Darat*. *Abdimas Siliwangi*, 6(2), 395–402. <https://doi.org/10.22460/as.v6i2.17246>
- Bazar, F., Tujuan, S., & Desa, S. D. G. S. (2023). *Sustainable Development Goals (SDG 's) merupakan pembangunan yang mengutamakan kesejahteraan ekonomi masyarakat , menjaga keharmonisan kehidupan sosial masyarakat , menjaga kualitas lingkungan , serta pembangunan yang menjamin keadilan dan terselenggar*. 1(2), 20–25.
- Bazar, P., Upaya, S., Surabaya, K., Of, P., As, A. B., Effort, A. N., Improve, T. O., Micro, E. O. F., Enterprises, M., Anyar, G., & Village, T. (2024). *Pengadaan Bazar Sebagai Upaya Meningkatkan Perekonomian Umkm Di Rw 08 Gunung Anyar Tambak Kota Surabaya*. 4(1), 26–30.
- Elisa, E., Tukino, T., & Fajrin, A. A. (2023). *Pembinaan Pemberdayaan Kelompok UKM Berbasis Teknologi Dan Pemasaran Digital*. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SNISTEK)*, 5(September), 315–321. <https://doi.org/10.33884/psnistek.v5i.8099>
- Fani, A. D., Mubarrok, D. H., Malik, R. A., Lisdiani, G., & Hadisurya, D. (2022). *Khidmat Pemberdayaan dan Pemasaran Produk UMKM melalui Kegiatan Bazar di Desa Cimaragas Kabupaten Ciamis Khidmat*. 2(1), 67–79.

- Firah, A., Elyas, A. H., & Gustiana, Z. (2024). *Peningkatan Pemasaran UMKM dengan Teknologi Cloud dan Digital Marketing*. 3(1), 282–290.
- Hamdah, D. F. L., Fadilah, R. A., & Ningsih, W. (2024). Harga Pokok Produksi (Hpp) Dan Penyusunan Laporan Laba Rugi: Pendampingan Umkm Pembuat Teh Kewer Garut. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 5726–5730.
- Kreatif, E., & Cemorokadang, D. I. (n.d.). *Jurnal abdimas independen*. 10–17.
- Lestari, I. P. (2024). PENINGKATAN KUALITAS SDM MELALUI PELATIHAN LAPORAN KEUANGAN, PEMASARAN DIGITAL, DAN MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK KOMUNITAS UMKM MANDIRI PANCORAN MAS, KOTA DEPOK. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Darma Saskara*, 4(1), 32–46. <https://doi.org/10.35760/abdimasug.2024.v4i1.9062>
- Mariana, S. (2024). Pengembangan strategi pemasaran dan promosi produk umkm telur asin. *Jurnal Media Akademik*, 2(1), 1334–1346.
- Potensi, M., Dengan, L., Umkm, P., Peluang, D., Wisata, D., Kkn, M., Di, T., Carangwulung, D., Wonosalam, J., Aprilianti, D., Huda, S., & Utami, A. F. (2023). Exploring Local Potential With MSME Development And Tourism Village Opportunities Through Thematic KKN In Carangwulung Village, Wonosalam, Jombang Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 2(4), 50–57.