



Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia

Journal Homepage: <https://jurnal.aksaraglobal.co.id/index.php/jpbmi>

e-Mail: issn@aksaraglobal.co.id



PEMBERDAYAAN DAN PEMASARAN PRODUK UMKM KAB.BEKASI MELALUI BAZAR UMKM

Nining Yuningsih^{1*}

Asral²

Prasetyo Harisandi³

¹ Universitas Pelita Bangsa 1

² Universitas Pelita Bangsa 2

³ Universitas Pelita Bangsa 3

INFO ARTIKEL

ABSTRAK

Histori artikel:

Diterima :

Revisi :

Disetujui :

Publikasi :

Kata kunci:

PEMBERDAYAAN

PEMASARAN PRODUK

UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbukti memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia. Permasalahan pada UMKM adalah keterbatasan modal kerja, kapasitas sumber daya manusia yang sangat rendah dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang secara umum berdampak pada prospek usaha. Tujuan penelitian ini adalah pelaku usaha mengetahui strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis/usaha, dapat berkomunikasi dengan masyarakat, dan mengetahui bagaimana cara mempromosikan suatu produk agar dapat terjual. Selain itu membangun relasi dan jejaring social dengan pelaku UMKM lainnya.

PENDAHULUAN

Menurut [1] Pentingnya pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sudah saatnya dikedepankan karena UMKM merupakan usaha yang bebas hambatan dan tahan terhadap perubahan dan dinamika perubahan lingkungan dan global, di Indonesia, UMKM selain berperan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi, juga memiliki kontribusi yang penting dalam mengatasi masalah pengangguran.

Pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam semua aspek sehingga dapat menciptakan masyarakat yang mandiri, terbebas dari kemiskinan dan memiliki daya saing

* Korespondensi penulis: ning.yuningsih@pelitabangsa.ac.id

pasar yang cukup mumpuni. Dalam hal ini, UMKM merupakan cara yang efektif dalam pengentasan kemiskinan. UMKM mampu memperluas lapangan kerja untuk memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. Pengaruh UMKM di sektor perdagangan sangat penting dan menjadi instrumen inti bagi perkembangan ekonomi pada suatu daerah maka dari itu perlu adanya pemberdayaan UMKM sehingga dapat berkembang menjadi usaha yang memiliki kualitas produk serta pelayanan terbaik dan memiliki daya saing yang unggul di pemasarannya. Menurut [2] Pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting dan merupakan kegiatan pokok yang harus dilakukan untuk mempertahankan keberlangsungan suatu usaha.

Permasalahan yang saat ini dihadapi oleh pelaku UMKM salah satunya adalah kurangnya fasilitas atau tempat strategis serta menjajikan bagi mereka guna memasarkan produknya baik untuk jangka panjang sekaligus berkelanjutan. Hal tersebut disebabkan keterbatasan pengetahuan warga terhadap pemanfaatan teknologi yang ada sehingga sulitnya memasarkan produk atau dikatakan gagap teknologi. Banyak pelaku UMKM yang belum memasarkan produknya melalui pemasaran secara online yang disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dalam proses pembuatan akun digital marketing. Besarnya peranan UMKM dalam perekonomian nasional dan daerah khususnya di Kab.Bekasi, sudah sewajarnya para pelaku UMKM mendapatkan perhatian besar terhadap eksistensinya dalam penguatan ekonomi rakyat.

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini untuk memotivasi masyarakat sekitar terutama bagi pelaku usaha (UMKM) dalam membangun jiwa kewirausahaan dengan ide dan inovasi serta kreatif dengan mengelola produk-produk yang akan diproduksi serta sistem pemasaran yang baik dan optimal dan Mengembangkan potensi produk UMKM yang ada di Pegirian sehingga memiliki daya saing yang lebih unggul pada bidang pemasaran salah satunya melalui Bazar UMKM ini.

METODE PELAKSANAAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif yaitu menjabarkan peran bazar yang dirasakan oleh pemilik usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan partisipatif karena penulis terlibat secara langsung dalam kegiatan event bazar ini dan data dalam penelitian ini dihimpun dari data primer dengan data yang didapatkan melalui proses wawancara perangkat desa atau panitia dan pelaku usaha sendiri yang turut serta dalam pelaksanaan bazar. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Penelitian ini juga menggunakan metodologi kepustakaan yang bersumber dari media seperti jurnal dan buku sebagai bahan referensi dan tambahan terhadap data primer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dicapai dalam pelaksanaan pemberdayaan dan pemasaran produk melalui bazar yang diselenggarakan atas kerjasama Universitas Pelita Bangsa dengan APMIKIMMDO dan beralokasi di Gedung Juang Tambun Selatan yakni berupa penjualan berbagai produk para pelaku UMKM, promosi serta pemasaran produk, meningkatkan pangsa pasar (konsumen), dan peningkatan omset bagi UMKM yang telah memasarkan produknya melalui bazar ini. Hasil pengamatan langsung selama kegiatan bazar berlangsung memberikan hasil sebagai berikut:

1. Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman UMKM dalam membuat tempat untuk pemasaran produk dan mempromosikan produknya dengan kegiatan seperti bazar produk.
2. UMKM dapat menciptakan komunikasi yang baik antara pedagang (peserta bazaar) dengan pengunjung/pedagang sekitar bazaar dalam hal informasi yang lengkap tentang keinginan konsumen, selera konsumen serta saran dan kritik pembeli.
3. Peningkatan pendapatan penjualan diperoleh dengan menjual produk Anda di desa festival dan menggunakan media sosial sebagai media promosi produk yang ditawarkan UKM.
4. Membentuk jiwa kewirausahaan UKM dengan ciri-ciri seperti kreativitas, daya saing yang lebih besar dan kemampuan menciptakan peluang pemasaran dengan jangkauan yang lebih luas.

Sebagai bentuk pertanggungjawaban kegiatan pemberdayaan dan pemasaran produk melalui bazar ini Universitas Pelita Bangsa membuat laporan tertulis dan memberikan hasil pelaksanaan kegiatan di media online pada bekapjabar.com dan lensareportase.com, berikut link website; <https://bekapjabar.com/2022/11/01/gerai-umkm-dan-bazar-kewirausahaan-mahasiswa-pelita-bangsa-di-gedung-juang-kabupaten-bekasi/> dan <https://lensareportase.com/gerai-umkm-dan-bazar-kewirausahaan-mahasiswa-pelita-bangsa-di-gedung-juang/>.

Selain itu, pelaku usaha yang mengikuti atau turut serta dalam kegiatan bazar UMKM ini, diantaranya yaitu;

Tabel 1.1 Data Pelaku Usaha DI Bazar UMKM

No	Nama	Dagangan
1	Aziza	Minuman
2	Fitri	Nasi Padang
3	Ambar	Kue
4	Tia	Lele Krispi
5	Alisa	Teh Poci
6	Ungkai	Pakaian
7	Aida	Sosis Bakar
8	Lilik	Telur Asin
9	Thati	Sempol
10	Susan	Gorengan dan Kue Basah
11	Ammar	Pakaian
12	Tia	Kripik
13	Rizky	Pakaian
14	Widi	Roti
15	Mualimah	Hijab
16	Eva	Kue Basah
17	Sisi	Sosis dan Nasi Bakar
18	Taperwaer	Taperwaer
19	Pegadaian	Pegadaian
20	Univ Pelita Bangsa	Makanan & Promosi Univ
21	Chaerunisa	Sosis dan Burger
22	Potlek Bima	Promosi Univ
23	Afifah	Cimory
24	Azwar	Kacamata
25	Yos	Handicraft
26	Alex	Minuman kemasan
27	Hany	Herba
28	Sherly	Gula Aren

Berikut merupakan hasil dokumentasi selama terselenggaranya kegiatan bazar UMKM;





SIMPULAN

Bazar atau *market day* adalah ruang kegiatan untuk mendukung bisnis, ketika kita sebagai pengusaha perlu tahu bagaimana cara menjual produk kita ke khalayak luas. Dapat disimpulkan bahwa bazar dibuat dengan maksud untuk mempromosikannya kepada masyarakat. *Market Day* ini memiliki prioritas bagi pemilik bisnis yang sudah ada dan yang sedang berkembang. Dalam upaya membangun inovasi pengetahuan dan informasi baru untuk memperkenalkan suatu produk dimasa yang akan datang untuk mendukung keberadaan produk yang sudah ada. Setelah diadakannya kegiatan pemberdayaan dan pemasaran produk UMKM melalui bazar ini, pelaku UMKM berpeluang memperluas pasar dan belajar bagaimana membuat strategi pemasaran yang dapat menarik minat konsumen untuk berkunjung dan membeli produknya. Selain itu, pengabdian masyarakat ini memungkinkan berkembangnya usaha mikro, kecil dan menengah di masyarakat dan juga cara bagi masyarakat untuk memperkenalkan produknya kepada lebih banyak orang.

Dalam kegiatan bazar ini pun melibatkan mahasiswa Universitas Pelita Bangsa yang memiliki produk olahannya untuk turut serta dalam peserta bazar. [3] Market Day atau bazar merupakan salah satu bentuk proses pendidikan yang bertujuan agar siswa memahami dan menyadari realita kehidupan, lebih baik menata diri secara mental dan emosional serta biarkan perubahan sikap dari hari ke hari menjadi lebih positif. Dalam kegiatan bazar ini, mereka tidak hanya berjualan tetapi melatih bagaimana menyelesaikan situasi sosial di masyarakat saat itu juga dan cara menghadapi orang yang berbeda sebagai sesama pelaku usaha dan terhadap konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Dahlan, "Peran Pengabdian Pada Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)," *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 81–86, 2017, [Online]. Available: <http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/16612/7949>
- [2] C. Jatiningrum, L. Muharlisiani, S. Rahayu, and A. Ramadhani, "Pengembangan UMKM Melalui Peningkatan Pemasaran Produk Kripik Tempe di Desa Wonoharjo Kabupaten Tanggamus," *NEAR J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1 SE-Articles, pp. 1–6, 2021, [Online]. Available:

<https://jurnal.kdi.or.id/index.php/nr/article/view/264>

- [3] D. S. FATIMAH, A. Alfiandra, and S. Sulkipani, "Pengaruh Kegiatan Market Day Dengan Jiwa Kewirausahaan Smp It Harapan Mulia Palembang," 2021. [Online]. Available: https://repository.unsri.ac.id/47665/%0Ahttps://repository.unsri.ac.id/47665/10/RAMA_87205_06051381621040%5B1%5D-dikonversi%281%29.pdf