

Peningkatan Jangkauan Pasar UMKM melalui Kegiatan Bazar di Desa Batu Ampar

Increasing MSME Market Reach Through Bazaar Activities in Batu Ampar Village

Ilham Ilahi^{1*}, M. Febriansyah², Salsa Bila Pitu Legiana², Friska Serviska², Ulti Nofita³,
Willi Pratama³, Atika Nabila⁴, Indah Chiara Putri⁴, Daffa Reyhan Abiyyu⁴,
Rahma Abidah², Magdalena Triasya¹

¹Fakultas Perikanan dan Kelautan, Universitas Riau, Pekanbaru, 28293 Indonesia

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas, Kota Pekanbaru, 28293 Indonesia

³Fakultas Teknik, Universitas Riau, Pekanbaru, 28293 Indonesia

⁴Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Pekanbaru, 28293 Indonesia

* ilhamilahi@lecturer.unri.ac.id

Diterima: 1 September 2024; Disetujui: 5 Oktober 2024

Abstrak

Kuliah Kerja Nyata UNRI merupakan aktivitas pemberdayaan masyarakat yang dilakukan para mahasiswa dan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL). KUKERTA UNRI ini dilaksanakan mulai 15 Juli sampai 23 Agustus 2024 di Desa Batu Ampar Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir. Tidak bisa dipungkiri bahwa Desa Batu Ampar memiliki perekonomian yang perlu dikembangkan melalui Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan industri kreatif. Oleh karena itu diperlukan sarana untuk memperluas jangkauan pasar seperti diadakannya kegiatan bazar. Kegiatan bazar sebagai sarana sekaligus pemasaran bertujuan untuk meningkatkan jangkauan pasar dari pelaku UMKM. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah melalui pendekatan partisipatif dan melibatkan masyarakat dalam interaksi dan demonstrasi kepada pelaku UMKM dan masyarakat Desa Batu Ampar. Hasil yang diperoleh dalam kegiatan ini adalah meningkatkan UMKM masyarakat desa di Desa Batu Ampar dengan perluasan jangkauan pasar para pelaku UMKM.

Kata Kunci: Kukerta, UMKM, Bazar, Pemasaran dan Jangkauan Pasar

Abstract

University of Riau Community Service Program is a community empowerment activity carried out by students and Field Supervisors (DPL). Kukerta Unri was held from July 15 to August 23, 2024 in Batu Ampar Village, Kemuning District, Indragiri Hilir Regency. It cannot be denied that Batu Ampar Village has an economy that needs to be developed through Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) and creative industries. Therefore, a means is needed to expand market reach such as holding bazaar activities. Bazaar activities as a means as well as a marketing channel aim to increase the market reach of UMKM actors. The method used in implementing this activity is through a participatory approach and involving the community in interactions and demonstrations to UMKM actors and the Batu Ampar Village community. The results obtained in this activity are increasing the UMKM of the village community in Batu Ampar Village by expanding the market reach of UMKM players.

Keywords: Kukerta, UMKM, Bazar, Marketing and Market Outreach

1. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KUKERTA) merupakan suatu bentuk kegiatan yang memadukan Dharma Pendidikan, Pengajaran, Penelitian serta Pengabdian kepada Masyarakat sekaligus dalam berbagai kegiatan. Sebagai kegiatan pendidikan dan pengajaran, KUKERTA merupakan bagian integral dari

kurikulum pendidikan tinggi Strata Satu (S1). Hal ini berarti bahwa KUKERTA sebagai program tidak berdiri sendiri dan tidak terpisahkan dari tujuan dan isi pendidikan tinggi lainnya (Widodo, 2010).

Lokasi pengabdian KUKERTA ini berada di Desa Batu Ampar Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir. Desa ini merupakan

sebuah wilayah yang kaya potensi ekonomi, sosial, dan budaya. UMKM juga telah merambah ke berbagai daerah, termasuk di Desa Batu Ampar. Desa Batu Ampar memiliki banyak penduduk yang aktif dan bersemangat untuk melaksanakan berbagai usaha atau UMKM.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 mengatur tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Menurut UU tersebut, UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Dengan aktif berpartisipasi secara langsung dalam pengelolaan usaha, diharapkan dapat meningkatkan pendapatan (Syaharany *et al.*, 2023). Sesuai dengan pengertian yang ada dalam Permendag No. 18 Tahun 2022, merujuk pada usaha mikro, kecil, dan menengah. Kriteria tersebut didefinisikan sesuai ketentuan dalam Peraturan Pemerintah yang mengatur mengenai kemudahan, perlindungan, pemberdayaan koperasi, dan usaha, mikro, kecil, dan menengah. Dengan merujuk pada regulasi tersebut, masyarakat memiliki kesempatan untuk memulai usaha sebagai upaya untuk meningkatkan penghasilan mereka (Raihano & Pertiwi, 2024).

UMKM dapat dilakukan peningkatan dengan diadakannya kegiatan bazar yang akan menyokong para pelaku UMKM mengembangkan usaha yang dimilikinya. Bazar atau *market day* adalah ruang kegiatan untuk mendukung bisnis, ketika kita sebagai pengusaha perlu tahu bagaimana cara menjual produk kita kekhlayak luas. Kegiatan bazar ini bertujuan untuk meningkatkan angka penjualan dan pendapatan para pelaku UMKM. Selain itu, dengan diadakannya kegiatan bazar ini diharapkan UMKM dapat memperluas jaringan pe-masarannya (Fani *et al.*, 2024).

Seperti yang kita ketahui, pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam berjalannya usaha. Tentunya UMKM juga membutuhkan strategi pemasaran yang baik untuk bertahan atau memperluas jangkauan pasar dari produk atau jasa yang dipasarkan (Hariyono & Wartika, 2023). Namun, sebagai unit usaha yang tidak terlalu besar, tidak jarang UMKM kesusahan dalam mengembangkan

pasarnya. Hal tersebut juga dirasakan oleh UMKM yang berlokasi di desa-desa pada Kecamatan Kemuning, Kabupaten Indragiri Hilir. Desa-desa seperti Batu Ampar, Kemuning Tua, Selensen dan lainnya juga memiliki UMKM yang berdiri. Tetapi, sangat disayangkan jangkauan pasar dari setiap UMKM hanya berkutat pada masing-masing desa. Dengan kata lain, rentang jarak antar desa yang tidak terlalu jauh bukanlah faktor yang dapat membuat pelaku UMKM mudah untuk mengembangkan jangkauan pasarnya.

Oleh karena itu, mahasiswa KUKERTA UNRI melakukan usaha peningkatan UMKM melalui pelaksanaan bazar yang diharapkan mampu mendukung perkembangan UMKM bagi desa yang berpartisipasi. Dengan demikian, peluang untuk memperluas jangkauan pasar akan tercipta untuk berbagai UMKM yang berpartisipasi dalam bazar yang diadakan.

2. METODE PENERAPAN

Waktu dan Lokasi Pengabdian

Kegiatan bazar ini dilaksanakan pada tanggal 31 Juli 2024 yang bertempat di halaman Masjid Al-Muttaqin Desa Batu Ampar Kecamatan Kemuning, Kabupaten Indragiri Hilir.

Metode

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 kepada pelaku usaha 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. Alur pelaksanaannya yang terdiri dari Persiapan, Pelaksanaan, Observasi dan Evaluasi.

Persiapan. a) Pelaksanaan koordinasi antara tim panitia dan KUKERTA UNRI 2024, b) Menyusun rencana, konsep dan teknis alur

pelaksanaan bazar, c) mensosialiasikan program bazar kepada masyarakat, dan penyediaan peralatan dan perlengkapan bazar

Pelaksanaan. a) berkoordinasi setiap waktu dengan tim panitia terutama ketika ada permasalahan teknis di lapangan, b) mendirikan stand-stand bazar dan menjaga kebersihan serta keamanan lingkungan bazar, dan c) menciptakan suasana bazar yang menyenangkan, tertib, dan kondusif

Observasi dan Evaluasi. Observasi dilaksanakan oleh seluruh tim panitia bazar setiap hari selama acara berlangsung. Proses evaluasi dilaksanakan untuk mengetahui kekurangan dan kendala dalam pelaksanaan bazar.

3. HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Tentunya untuk melaksanakan bazar perlu ditentukan siapa saja UMKM yang akan ikut berpartisipasi dalam acara. Dalam pembagiannya, setiap desa mendapatkan jatah sebanyak 1 stan. Oleh karena itu, untuk memenuhi kuota stan yang ada, setiap kelompok harus berkoordinasi dan melakukan konfirmasi kerjasama dengan UMKM di desa masing-masing.

Koordinasi dilakukan dengan melakukan penawaran untuk berpartisipasi pada bazar serta menjelaskan fungsi dan kegunaan bazar. Sosialisasi kepada mitra dilakukan dengan memaparkan bahwa kegiatan bazar dapat menjadi pemasaran sehingga dapat memperluas jangkauan pasar. Pemasaran didefinisikan sebagai proses mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan. Dua sasaran pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan keunggulan nilai serta menjaga dan menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan. Dengan kata lain, bazar akan menjadi sebuah pemasaran bagi produk UMKM sehingga dapat dikonsumsi tidak hanya oleh warga desanya melainkan juga desa lain.

Mengadakan bazar sebagai wadah para pelaku UMKM dapat membantu meningkatkan pendapatan, sehingga jika program ini dilakukan secara berkelanjutan oleh masyarakat setempat akan membantu menaikkan taraf perekonomian masyarakat tersebut. Terdapat berbagai keuntungan diadakannya bazar. Pertama, bazar UMKM dapat menjadi platform

yang efektif untuk memberdayakan UMKM dengan memberi mereka kesempatan untuk memasarkan produk kepada masyarakat. Ini membantu meningkatkan visibilitas dan akses pasar bagi para pelaku UMKM. Kedua, dengan mengikuti bazar UMKM dapat meningkatkan volume penjualan mereka, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan mereka. Ini penting untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM dan mendukung pertumbuhan usaha mereka.



Gambar 1. Produk produk umkm di stand bazar Desa Batu Ampar



Gambar 2. Kunjungan masyarakat ke stand bazar Desa Batu Ampar

Respon dan dukungan masyarakat sangat baik, ini bisa dilihat dari antusias masyarakat pelaku UMKM sebagai penjual dan masyarakat lainnya dalam mengikuti dan memeriahkan acara bazar tersebut. Untuk hasil pelaksanaan yang telah dicapai antara lain: meningkatnya pendapatan masyarakat pelaku UMKM yang berpartisipasi dalam bazar, konsumen menjadi ramai konsumen dan penjualannya meningkat.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Bazar yang diadakan dan diikuti oleh beberapa UMKM di Desa Batu Ampar berhasil mendapatkan tujuan sesuai yang diinginkan, yaitu adanya kenaikan angka

penjualan dan lebih dikenalnya UMKM tersebut di lingkungan masyarakat. Bazar ini berhasil menjadi sarana bagi UMKM untuk mengembangkan jangkauan pasarnya dengan mendatangkan konsumen dari berbagai desa, sehingga UMKM tidak akan berkutut dengan konsumen lokal atau dalam desa saja. Antusias masyarakat untuk menghadiri Bazar dan tertarik membeli produk produk UMKM yang ditawarkan hingga terjual laris manis menunjukkan tercapainya keberhasilan dari tujuan kegiatan ini. Selain itu keberhasilan program ini dapat dilihat dari mulai munculnya ide ide produk UMKM dengan inovasi baru seperti Fruit Sandwich, Mille Crepes dan Dragon Friut Jelly.

DAFTAR PUSTAKA

- Fani, A.D., Mubarok, D.H., Fitroh, A., Lisdiani, G., & Hadisurya, D. (2024). Pemberdayaan dan pemasaran produk MKM melalui kegiatan bazar di Desa Ciamaragas Kabupaten Ciamis. *Khidmat*, 2(1): 67-79.
- Hariyono, F.M., & Wikartika, I. (2023). Upaya Peningkatan jangkauan pasar UMKM melalui penyelenggaraan bazar ramadhan di Desa Ambulu. *Karya: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1): 322-327.
- Raihano, K.D., & Pertiwi, T.K. (2024). Pengadaan bazar sebagai upaya meningkatkan perekonomian UMKM di RW 08 Gunung Anyar Tambak Kota Surabaya. *Karya: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1): 26-30.
- Syahrany, L., Anggraini, D., Kusumastuti, A.D., & Mutiasari, A.I. (2023). Pengadaan bazar sebagai upaya meningkatkan pendapatan usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) di Desa Sindon. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains dan Teknologi*, 2(4): 67-73.
- Widodo, S. (2010). Kuliah kerja nyata sebagai wujud pengabdian kepada masyarakat yang berimplikasi pembentukan kompetensi sosial dan kepribadian mahasiswa. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2): 1-18.