



## **UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN DAN PERSEBARAN TARGET PASAR MELALUI BAZAR RAMADHAN DI BALAI DESA AMBULU**

**Nur Aini Fauziah<sup>1</sup>, Delia Septy Dwi Sucahyo<sup>2</sup>, Ajeng Arum Isfania<sup>3</sup>, Wiwik Handayani<sup>4\*</sup>**

Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur<sup>1234</sup>

\*E-mail: [wiwik.em@upnjatim.ac.id](mailto:wiwik.em@upnjatim.ac.id)

### **ABSTRAK**

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebagai salah satu elemen pertumbuhan perekonomian yang menempati posisi strategis untuk mempercepat perubahan struktural dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dalam Penelitian ini bertujuan untuk membantu pemberdayaan UMKM di kecamatan sumberasih, kabupaten probolinggo. Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini dilakukan terhadap berbagai jenis produk kuliner serta kerajinan tangan melalui adanya bazar ramadhan yang digelar oleh mahasiswa KKN-T MBKM dimana bekerjasama dengan tiga kelompok lain yang berada pada Kabupaten Probolinggo, Kecamatan Sumberasih yakni dibawah oleh tiga desa yaitu Sumberbendo, Sumurmati, dan Ambulu. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi tiga tahap yaitu tahap observasi, identifikasi masalah, dan pelaksanaan yang bertujuan untuk meningkatkan media pemasaran bagi para UMKM dari tiga desa tersebut. Tahap pertama adalah tahap observasi. Tahap ini dilakukan mahasiswa KKN-T MBKM dengan melakukan survei dan wawancara pada UMKM di kelurahan masing-masing. Selanjutnya, tahap identifikasi masalah dengan melakukan peninjauan dan pencarian solusi untuk UMKM. Dan yang terakhir melakukan pelaksanaan agar meningkatkan target penjualan dan menjangkau pasar yang lebih luas. Hasil dari pendampingan ini menunjukkan kemajuan dan peningkatan perluasan pasar serta peningkatan penghasilan dari mitra UMKM tiga desa tersebut. Hasil yang diperoleh dari Bazar Ramadhan ini dapat meningkatkan pendapatan pelaku UMKM serta memperluas pangsa pasar yang ada. Selain itu, pelaku UMKM mulai membuat akun media sosial dan mempromosikan produknya. Untuk menambah keramaian pada bazar Ramadhan, dilakukan promosi melalui media social. Dengan begitu UMKM mulai menggunakan digital marketing dalam pemasarannya, sehingga dengan mudah juga dapat terhubung kepada konsumen secara online.

**Kata kunci:** UMKM, Bazar Ramadhan, Pemasaran

## **EFFORTS TO INCREASE SALES AND EXPAND TARGET MARKET THROUGH RAMADHAN BAZAR IN AMBULU VILLAGE HALL**

### **ABSTRACT**

Small and Medium Enterprises (SMEs) as one of the elements of growth an economy that occupies a strategic position to accelerate change structure in order to improve the standard of living of the people at large. This research aims to help empower MSMEs in Sumberasih sub-district, Probolinggo district. Empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) is carried out for various types of culinary products and handicrafts through a Ramadan bazaar held by KKN-T MBKM students in collaboration with three other groups in Probolinggo District, Sumberasih District, namely under three villages. namely Sumberbendo, Sumurmati, and Ambulu. The method used in this service activity includes three stages, namely the observation stage, problem identification, and implementation which aims to improve marketing media for MSMEs from the three villages. The first stage is the observation stage. This stage was carried out by KKN-T MBKM students by conducting surveys and interviews with MSMEs in their respective villages. Next, the problem identification stage by conducting a review and finding solutions for MSMEs. And finally carry out the implementation in order to increase sales targets and reach a wider market. The results of this assistance show progress and increased market expansion as well as increased income from the MSME partners in the three villages. The results obtained from the Ramadhan Bazaar can increase the income of MSME players and expand the existing market share. In addition, MSMEs have started to create social media accounts and promote their products. To add to the crowd at the Ramadhan bazaar, promotions are carried out through social media. That way, MSMEs start using digital marketing in their marketing, so that they can also easily connect to consumers online.

**Keywords:** UMKM, Bazar Ramadhan, Marketing



## PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata Tematik Merdeka Belajar atau yang disebut (KKNT-MBKM) merupakan kegiatan yang bersifat edukatif dengan melibatkan mahasiswa dalam kehidupan masyarakat. Pada program tri darma perguruan tinggi tersebut terdapat beberapa skema salah satunya yaitu KWU. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Ambulu, Kecamatan Sumberasih, Kabupaten Probolinggo. Pada skema KWU mahasiswa difokuskan dalam kegiatan kewirausahaan atau UMKM yang ada pada tempat berlangsungnya kegiatan KKNT. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah usaha yang membantu perekonomian Indonesia. Sebab, melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha (Wijoyo, 2021). Tujuan yang diberikan mahasiswa pada pengabdian ini agar masyarakat dapat mengembangkan usahanya secara lebih modern, efektif, inklusif dan memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk dapat berintegrasi dengan lingkungan sekitar, melayani masyarakat secara langsung, menemukan, dan belajar menghadapi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat.

Terdapat beberapa UMKM dari kecamatan sumberasih kabupaten probolinggo yang telah dikenal oleh masyarakat hingga luar kabupaten probolinggo. Namun, terdapat juga beberapa UMKM yang masih kurang dalam hal pengembangannya, sehingga kurang dikenali oleh masyarakat di luar kelurahan tersebut. Pada KKN Tematik MBKM, dari tiga desa yang ada di kecamatan sumberasih kabupaten probolinggo memiliki kerjasama program kerja. Yakni program kerja Bazaar Ramadhan. Bazaar atau pasar yang sengaja diselenggarakan untuk jangka waktu beberapa hari ini, dilaksanakan pada bulan Ramadhan (KBBI Daring, 2017). Setiap Ramadhan, sejumlah besar penduduk setempat menjual takjil untuk berbuka puasa. Dengan kesempatan ini, acara Bazar Ramadhan di Kecamatan Sumberasih dapat berfungsi sebagai saluran pemasaran bagi UMKM. Barang-barang yang dijual di acara Ramadan Bazaar ini berhubungan dengan makanan. Tujuan dari kegiatan Bazar Ramadan ini adalah untuk mendongkrak penjualan. Selain itu, diharapkan UMKM akan dapat mengembangkan jaringan pemasarannya sebagai hasil dari penyelenggaraan kegiatan Bazar Ramadan ini.

## METODE

Kegiatan bazar ramadhan ini dilaksanakan selama dua hari berturut-turut yaitu pada tanggal 9 dan 10 April 2023 di Balai Desa Ambulu, Kecamatan Sumberasih, Probolinggo. Kegiatan pengabdian ini menggunakan suatu metode yang terbagi menjadi tiga tahapan.

### 1. Tahap Observasi

Pada tahap ini, Mahasiswa KKN-T MBKM yang bertempat di Kecamatan Sumberasih melakukan survey dan wawancara secara langsung kepada para pelaku UMKM yang ada di kelurahannya masing-masing. Tujuan dilakukannya adalah untuk menggali informasi terkait kondisi perkembangan UMKM yang ada di wilayah tersebut.

### 2. Tahap Identifikasi Masalah

Tahap selanjutnya adalah mengidentifikasi masalah UMKM. Setelah melakukan observasi, Mahasiswa KKN-T MBKM melakukan peninjauan dan mencari solusi yang tepat terkait permasalahan UMKM yang ada di Kecamatan Sumberasih.

### 3. Tahap Pelaksanaan

Setelah melalui beberapa tahap, Mahasiswa KKN-T MBKM mengadakan bazar ramadhan sebagai upaya dalam rangka meningkatkan target penjualan dan menjangkau pasar yang lebih luas. Di samping itu, terdapat sosialisasi yang diberikan oleh koordinator UMKM Kecamatan Sumberasih pada saat pelaksanaan bazar ramadhan berlangsung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Penyebaran informasi dan konfirmasi kerjasama mitra UMKM 3 desa

Sebelum kegiatan bazar ramadhan berlangsung, panitia bazar ramadhan memberikan informasi kepada seluruh masyarakat khususnya 3 desa yang sudah sepakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Dalam penyampaian informasi panitia bazar ramadhan memberikan informasi mengenai hari, waktu pelaksanaan, tempat, acara dan jenis-jenis produk yang akan di jual di pasar ramadhan. Panitia bazar melakukan woro-woro besar-besaran ini secara langsung dengan berkeliling 3 desa dan tidak langsung yaitu melalui promosi media sosial dengan harapan pengunjung dari desa lainnya juga mengetahui dan meriahkan acara bazar. Selain pemberian informasi, panitia juga melakukan konfirmasi

kepada UMKM dari 3 desa untuk sepakat berpartisipasi kedalam acara bazar ramadhan “Ngabuburit Bermutu”. Panitia menjelaskan tentang tujuan maupun visi misi diadakannya acara bazar ramadhan “Ngabuburit Bermutu” dan mendampingi UMKM selama acara berlangsung.



Gambar 1. Woro-Woro Langsung Mengelilingi 3 Desa

**b. Pemasaran produk UMKM saat bazar ramadhan “Ngabuburit Bermutu” berlangsung**

Mitra UMKM yang sudah bersedia berpartisipasi dalam acara bazar ramadhan ini kurang lebih ada 15 UMKM. Acara bazar ini berhasil dilakukan dan terbukti hanya 2 jam membuka stand semua produk UMKM hampir terjual habis dengan banyaknya pengunjung yang ramai berdatangan. Tak hanya itu, banyak sekali UMKM yang merasa berterima kasih dengan adanya acara ini karena mereka mendapatkan pendapatan yang cukup besar dari biasanya. Bahkan, ada UMKM yang berharap acara ini diperpanjang demi mendapatkan keuntungan lebih dan produk mereka mulai dikenal masyarakat luas.



Gambar 2. Pelaksanaan Bazar Ramadhan “Ngabuburit Bermutu”

**c. Pemberian sosialisasi langsung oleh koordinator UMKM Kecamatan Sumberasih**

Dalam pelaksanaan bazar ramadhan acara paling utama yaitu pemberian sosialisasi langsung oleh koordinator UMKM Kecamatan Sumberasih kepada UMKM yang sudah berpartisipasi kedalam bazar ramadhan “Ngabuburit Bermutu”. Pemberian sosialisasi ini meliputi pentingnya NIB, branding produk dan tips untuk meningkatkan pendapatan melalui digital marketing. Selama acara berlangsung mitra UMKM sangat antusias dengan adanya sosialisasi dan merasa mendapatkan masukan untuk meningkatkan pendapatan mereka.



Gambar 3. Pemberian Sosialisasi Langsung Koordinator UMKM Kecamatan Sumberasih

## SIMPULAN

Dengan adanya bazar ramadhan kerjasama antar tiga desa ini dapat meningkatkan pendapatan pelaku UMKM serta memperluas pangsa pasar yang ada. Selain itu, pelaku UMKM mulai membuat akun media sosial dan mempromosikan produknya serta bersedia membuat NIB untuk mempermudah jalannya usaha. Sekitar 90% mitra UMKM merasa puas dengan diadakannya bazar ramadhan dan merasa terbantu. Ini membuktikan bahwa kerjasama panitia dengan adanya bazar tiga desa ini membantu sekaligus mensejahterakan tujuan dari skema kewirausahaan KKN Tematik.

## DAFTAR PUSTAKA

- KBBI Daring. (2016). Diakses pada 29 Mei 2022, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Fauziah, N. A., Ala'aldin, J., Reihan, M., Hariyono, F. M., Hidayatullah, R. A., & Wahyudi, K. E. (2023). Upaya Peningkatan Pendapatan Umkm Kue Kering Melalui Branding Kemasan Dan Pemanfaatan Digital Marketing. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 60-64.
- Halim, K. I. (2021). Pendampingan Usaha Kue Kering Melalui Pengemasan Produk dan Pemasaran Digital. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 732-736.
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pendampingan Branding Dan Packaging Umkm Ikatan Pengusaha Aisyiyah Di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 1(1), 32-36.
- Laksono, V. D., Irhamma, C. A., Fadhila, F. N., Anggraini, R. I., Taufikurrahman, M. P., Wikartika, I., & MM, S. (2022). Penguatan Pemasaran Produk UMKM Desa Sumberbendo Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo Melalui Strategi Branding. *KARYA UNGGUL-Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 249-255.
- Prasetyo, A., Purba, D., Nasruji, N., Riki, R., Hazriyanto, H., Rina, R., ... & Ciptoputra, V. A. A. (2023). Pendampingan Kepada Remaja Islam Masjid Mukhtarul Arifin Batam Dalam Menyelenggarakan Bazar Ramadhan 1444H. *EJOIN: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(5), 376-382.
- Putri, D. R. L., Cahyani, A. N., Masturo, A. H., Haqiqi, A., & Jannah, N. M. (2022). Pendampingan Dan Pengembangan UMKM Di Kelurahan Kepanjenlor Melalui Re-Branding. *INCOME: Indonesian Journal of Community Service and Engagement*, 1(2), 195-204.
- Yeni, M., & Yanti, I. D. (2021). Kegiatan Pendampingan, Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Melalui Online Single Submission (Oss) Bagi Anggota Koperasi Permaisuri Mandiri Di Kota Banda Aceh. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(3), 175-188.
- Wijoyo, H. (2021). *Entrepreneurial Mindsets & Skill. Insan Cendekia Mandiri*. [https://www.academia.edu/48787014/Entrepreneurial\\_Mindsets\\_and\\_Skills](https://www.academia.edu/48787014/Entrepreneurial_Mindsets_and_Skills)
- Rahmana, A., Fauzi, M., & Suyono, A. M. (2021). Pendampingan strategi pemasaran digital produk makanan dalam menjalankan bisnis di era new normal di kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 49-57.