Kolaborasi Bazar Kewirausahaan UMKM Guna Meningkatkan Omzet Penjualan Di Kelurahan Meri Kota Mojokerto

Ratna Agustina[1], Dwi Dewianawati[2], Erry Setiawan[3], Ahfi Nova Ashriana[4], Ulfa Rahmawati[5], Anis Sirojuddin Suryo Negoro[6], Sari Rahayu[7]

Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto

*e-mail: ratna.agustina.26@gmail.com[1], dwidewianawati@gmail.com[2], erry944@gmail.com[3], ahfinova15@gmail.com[4], ulfa.afamso@gmail.com[5], sirojuddinanis@gmail.com[6], sarirahayu0689@gmail.com[7]

Abstract : Pemberdayaan bazar UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) telah terbukti memberikan kontribusi bagi perekonomian masyarakat. Permasalahan pada UMKM adalah keterbatasan modal kerja, kapasitas sumber daya manusia yang sangat rendah dan minimnya penguasaan pada ilmu pengetahuan dan teknologi yang secara umum berdampak pada prospek usaha. Maka dari itu, tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah membantu para pelaku UMKM untuk berkolaborasi pada bazar kewirausahaan agar dapat bersinergi dan berkomunikasi dengan masyarakat maupun sesama pelaku usaha untuk mengetahui permintaan produk dan bagaimana cara mempromosikan suatu produk agar dapat terjual baik dipasaran. Selanjutnya, membangun relasi dan jejaring social dengan pelaku UMKM lainnya untuk memperluas pasar dan dapat meningkatkan omzet penjualan. Dengan berkolaborasi dan meningkatnya omzet penjualan, pelaku UMKM dapat berperan dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi.

Kata Kunci : Kolaborasi; Bazar; UMKM; Ekonomi

Abstract*: Empowerment of UMKM (Micro Small and Medium Enterprises) bazaars has been proven to contribute to the community's economy. The problems with UMKM are limited working capital, very low human resource capacity and minimal mastery of science and technology which generally has an impact on business prospects. Therefore, the aim of this community service is to help UMKM collaborate in entrepreneurial bazaars so that they can synergize and communicate with the community and fellow business actors to find out product demand and how to promote a product so that it can sell well in the market. Next, build relationships and social networks with other UMKM players to expand the market and increase sales turnover. By collaborating and increasing sales turnover, UMKM can play a role in economic development and growth.*

Keywords : Collaboration, Bazaar, UMKM, Economy

1. PENDAHULUAN

Kesejahteraan dalam masyarakat merupakan tujuan utama yang ingin dicapai semua masyarakat. Dalam mensejahterakan masyarakat dapat dimulai dari pembangunan dalam masyarakat atau penduduk wilayahnya. Pembangunan dalam masyarakat diawali dengan membangun unit terkecil yang ada di masyarakat yaitu keluarga (Dewianawati et al., 2023). Keluarga merupakan institusi terkecil dalam masyarakat yang harus dibangun menjadi keluarga yang sehat, maju dan mandiri dalam berkreasi dengan berwirausaha, sehingga dapat mencapai kesejahteraan. Pengembangan wirausaha adalah kewajiban setiap daerah untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk dan wilayahnya (Devina febryani & Permana, 2023). Untuk mengembangkan wirausaha, salah satunya dengan memberdayakan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Kewirausahaan UMKM memiliki potensi besar dalam menggerakkan perekonomian lokal. UMKM merupakan salah satu sector ekonomi yang memberikan dampak signifikan terhadap pembangunan ekonomi Indonesia (Mawaddah & Kusuma, 2023). Selain itu, UMKM di Indonesia selain berperan dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, juga berkontribusi signifikan dalam menyelesaikan masalah pengangguran (Afrioni et al., 2023).

Namun, tantangan yang sering dihadapi oleh UMKM adalah akses pasar yang terbatas dan persaingan yang ketat. Selain itu, permasalahan pada UMKM adalah keterbatasan modal kerja, kapasitas sumber daya manusia yang sangat rendah dan minimnya penguasaan pada ilmu pengetahuan dan teknologi yang secara umum berdampak pada prospek usaha. Dalam hal ini, kolaborasi antara UMKM dalam penyelenggaraaan bazar kewirausahaan dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan omzet penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Melalui kolaborasi para UMKM dapat melakukan proses pembelajaran, transfer pengetahuan dan teknologi, bahkan meningkatkan kapasitas organisasi melalui jaringan kolaborasi agar dapat mengembangkan inovasi (Deviastri & Annisa, 2022). Selain itu, kolaborasi yang baik dan pengembangan inovasi yang sesuai kebutuhan konsumen akan meningkatkan kinerja usaha (Mulyana & Sutapa, 2016).

Penyelenggaraan bazar kewirausahaan UMKM yang sukses melibatkan beberapa langkah strategis. Pertama, pemilihan lokasi yang strategis dengan akses mudah oleh konsumen. Kedua, Jadwal bazar yang tepat juga harus dipertimbangkan agar tidak bertabrakan dengan event besar lainnya, sehingga dapat menarik lebih banyak pengunjung. Selanjutnya dalam bazar ini,

keragaman produk tidak hanya menarik minat konsumen yang berbeda-beda tetapi juga menciptakan sinergi antar UMKM. Kolaborasi produk seperti paket dan bundling juga dapat meningkatkan daya tarik dan nilai tambah bagi konsumen. Selain itu, Program diskon atau promo menjadi daya tarik tersendiri dalam bazar kewirausahaan. Diskon kombinasi antar UMKM dan program *giveaways* tidak hanya meningkatkan frekuensi pembelian tetapi juga memperkuat loyalitas konsumen.

Demonstrasi produk juga memberikan nilai tambah dalam bazar. Konsumen dapat memperoleh pengetahuan langsung tentang produk serta cara penggunaanya dan yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat beli. Tidak ketinggalan, penggunaan teknologi seperti pembayaran digital dan digital marketing dapat membuka peluang akses pasar yang lebih luas, terutama dalam era digital saat ini. Pentingnya strategi digital marketing sebagai media kolaborasi dalam menjangkau pasar secara luas dengan mengenalkan (Rosadian, 2023), menarik daya beli dan membangun loyalitas konsumen. Pelaksanaan kolaborasi ini juga harus diakhiri dengan evaluasi bersama untuk mengevaluasi keberhasilan bazar dan pembelajaran untuk penyelenggara di masa mendatang.

Terdapat pengaruh positif antara kolaborasi terhadap kinerja usaha pada UMKM (Setiawan & Soelaiman, 2021). Jadi sangat pentingnya kolaborasi antar UMKM pada bazar kewirausahaan, maka Pengabdian Masyarakat kami laksanakan pada tanggal 2 Juni 2024 di Car Free Day Trembesi Kelurahan Meri Kota Mojokerto. Pengabdian Masyarakat dilaksanakan untuk memberikan motivasi, inspirasi, *sharing* atau bertukar pikiran kepada masyarakat agar pelaku UMKM di Kota Mojokerto dapat terus semangat, kreatif dan inovatif sehingga dapat meningkatkan omzet penjualannya.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan partisipatif karena penulis terlibat secara langsung dalam kegiatan kolaborasi bazar kewirausahaan UMKM ini. Metode kegiatan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini terdiri dari tiga kegiatan utama.seperti yang terlihat pada gambar 1 berikut ini :



Gambar 1. Metode Pelaksanaan PKM

Adapun masing-masing tahapan dari kegiatan pada gambar 1 diatas, yaitu :

1. Perencanaan Kegiatan, ditahapan ini dilakukan penentuan bentuk kegiatan, penyusunan tim, tema dan sumber pendanaan.
2. Pelaksanaan Kegiatan, ditahapan ini ditentukan proses pendataan produk dan lokasi pelaksanaan.
3. Evaluasi Kegiatan, ditahapan ini dilakukan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan. Hasil evalusi ini menjadi rujukan untuk perbaikan kegiatan sejenis lainnya ke depan

Tempat dan Waktu

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan di re-Launching Car Free Day Trembesi Kelurahan Meri Kota Mojokerto pada tanggal 2 Juni 2024 dengan waktu pelaksanaan mulai pukul 05.30 WIB sampai dengan selesai, dan dihadiri oleh Lurah Meri beserta staf Kelurahan, Warga Kelurahan Meri, dan Mahasiswa Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini diberi nama dengan “Kolaborasi Bazar Kewirausahaan Unimas 2024”. Pelaksanaan kegiatan bazar Kewirausahaan UMKM berlangsung selama 1 hari pada tanggal 2 Juni 2024, pagelaran bazar di laksanakan di re-Launchng Car Free Day Trembesi berkolaborasi dengan UMKM di Kelurahan Meri, kegiatan ini menggandeng UMKM di Keluarahan Meri dan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Mayjen Sungkono di bidang *Food and Beverages* (F & B), mulai dari makanan berat dan ringan, minuman hingga hidangan tradisional dan hidangan Korea maupun Jepang yang ramai digemari oleh remaja sekarang ini.

Bazar kewirausahaan ini di gelar dengan maksud untuk melatih jiwa kewirausahaan mahasiswa semester IV dengan kegiatan kewirausahaan secara langsung. Kegiatan ini bertujuan untuk menjadi sebuah wadah bagi para mahasiswa untuk berkesempatan belajar menjadi pelaku

dan penggerak roda perekonomian, yang kedua menjadi media pembelajaran, pelatihan dan lainnya seperti : mendorong lahirnya jiwa berwirausaha sejak muda, melatih kemampuan berkomunikasi dan bekerja sama, belajar mengambil tanggung jawab dan peran, melatih untuk bersikap disiplin atas komitmen yang telah diambil, dan mengembangkan jiwa *entrepreneur* dan jiwa kepemimpinan yang dimiliki oleh masing - masing mahasiswa

Kesuksesan bazar Kewirausahan ini tidak lepas dari antusiasme warga Kelurahan Meri dan Civitas Universitas Mayjen Sungkono untuk berkunjung dan membeli produk yang dijajakan. Berdasarkan penjelasan salah satu peserta Bazar, adanya bazar ini pun membantu mereka dalam hal penjualan tentunya dan juga branding/marketing seperti *branding* video media sosial dan flyer dari masing-masing kelompok dan diunggah di akun Instagram.

Tabel 1. Rekapitulasi Kegiatan

WAKTU	KEGIATAN
05.30 – 06.00	Persiapan
06.00 – 06.15	Sambutan Lurah Meri Kota Mojokerto
06.15 – 06.30	Sambutan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto
06.30 – 06.45	Peresmian pembukaan kolaborasi bazar kewirausahaan UMKM
06.45 – 07.00	Penandatanganan MOU
07.00 – 09.00	Foto bersama dan Hiburan



Gambar 2. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah disampaikan pada pelaksanaan Pengabdian Masyarakat yang bertemakan Kolaborasi Bazar Kewirausahaan UMKM Guna Meningkatkan

Omzet Penjualan Di Kelurahan Meri Kota Mojokerto yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan ini mampu menjadi solusi atau program kuliah yang bermanfaat. Kegiatan bazar ini juga berguna untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto.

Kegiatan ini juga dapat menjadi wadah bagi para mahasiswa untuk berkesempatan belajar menjadi pelaku dan penggerak roda perekonomian. Kegiatan ini juga dapat menjadi media pembelajaran, pelatihan dan lainnya seperti; mendorong lahirnya jiwa berwirausaha sejak muda, melatih kemampuan berkomunikasi dan bekerja sama, belajar mengambil tanggung jawab dan peran, melatih untuk bersikap disiplin atas komitmen yang telah diambil, dan mengembangkan jiwa kepemimpinan yang dimiliki oleh masing – masing mahasiswa.

5. SARAN

Saran untuk kegiatan kedepannya adalah peningkatan variasi jenis produk. Peningkatan sponsorship untuk mendukung kegiatan. Selain itu juga dalam pelaksanaannya juga dapat menerapkan teknologi kewirausahaan digital, seperti model pembayaran digital, pengiriman produk melalui media *marketplace*. Selain itu perlu dibentuknya sebuah paguyuban untuk UMKM Kelurahan Meri Kota Mojokerto guna nantinya bisa diajak bersama sama untuk meningkatkan cara menarik perhatian pembeli, misalnya dengan dilakukannya pelatihan membuat *Packaging* yang menarik. Saran Pengabdian Selanjutnya untuk menindaklanjuti kolaborasi ini disarankan untuk *continue* sebulan sekali untuk kolaborasi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

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.

Deviastri, L., & Annisa, I. T. (2022). Peran Inovasi, Kolaborasi dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha UMKM di DKI Jakarta. Jurnal Orientasi Bisnis Dan *Entrepreneurship (JOBS)*, *3*(1), 52–63. https://doi.org/10.33476/jobs.v3i1.2472

Devina febryani, & Permana, E. (2023). Strategi Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa di Kota Depok. Dedikasi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, *2*(1), 191–199.

https://doi.org/10.53276/dedikasi.v2i1.36

Dewianawati, D., Hariani, M., & ... (2023). Family Financial Management Training at The Puspa Forum Mojokerto City. Jurnal ..., *2*(3), 161–168. https://journal.formosapublisher.org/index.php/jpp/article/view/6261%0Ahttps://journal.formosapublisher.org/index.php/jpp/article/download/6261/6043

Mawaddah, R. O., & Kusuma, Y. B. (2023). Pendampingan Pada Masyarakat Dalam Peningkatan Pendapatan Melalui Program Bazar Ramadhan Di Desa Laweyan. *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara (JMMN)*, *2*(3), 89–96.

Mulyana & Sutapa. (2016). Dampak Collaborative Networks Pada Peningkatan Kinerja Industri Kreatif. Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu *& Call For Papers Unisbank (Sendi_U)*, 778–785.

Rosadian, A. (2023). Kolaborasi Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Kuliner Di Kota Malang. Jurnal Pijar, *1*(2), 191–199.

Setiawan, L. R., & Soelaiman, L. (2021). Pengaruh Kolaborasi, Kecerdasan Budaya, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Ukm Kota Sibolga. Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, *3*(2), 388. https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11885