

CENDIKIA : Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia

Volume 1, Nomor 4, Februari 2026

Article Info:

Received date : 24 Februari 2026

Revised date : 26 Februari 2026

Accepted date: 27 Februari 2026

Implementasi Program Bazar KKN Sebagai Upaya Pemberdayaan dan Penguatan UMKM Berbasis Potensi Lokal di Desa Tanjung Baru

Ali Machmud Badarudin¹, Ahmad Rizki Penta², Intan Dwi Lestari³, Ananda Dwi Nur'Afiifah⁴, Monica Putri Pratiwi⁵, Marma Safitri⁶, Mezi Novisa⁷, Fadhilah Rindani⁸, Muhammad Raihan Arifa'I⁹, Komariyah¹⁰, Della Sari¹¹, Risti Elmiyanti¹², Abel Ranika¹³, Rintan Karmala Sari¹⁴, M.Robbani¹⁵

¹⁻¹⁵Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

***Email Correspondence : alimachmudbadarudin21@gmail.com**

ABSTRAK

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada pemberdayaan dan penguatan kapasitas ekonomi desa. Artikel ini bertujuan menganalisis implementasi program bazar KKN sebagai upaya pemberdayaan dan penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis potensi lokal di Desa Tanjung Baru. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik observasi, partisipasi langsung, dan dokumentasi selama pelaksanaan program. Kegiatan bazar dirancang melalui tahapan identifikasi potensi UMKM, perencanaan bersama perangkat desa, pelaksanaan bazar sebagai media promosi produk lokal, serta sosialisasi sistem pembayaran non-tunai berbasis Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa program bazar tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai media penguatan kapasitas pelaku UMKM. Terjadi peningkatan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya kemasan produk, strategi promosi, serta adaptasi terhadap digitalisasi pembayaran. Respons positif juga ditunjukkan terhadap sosialisasi QRIS meskipun implementasinya belum sepenuhnya diterapkan saat kegiatan berlangsung. Program ini turut memperkuat kolaborasi antara mahasiswa, pemerintah desa, dan masyarakat dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal. Dengan demikian, bazar KKN dapat menjadi model pemberdayaan yang aplikatif dan berkelanjutan dalam memperkuat UMKM berbasis potensi lokal di tingkat desa.

Kata Kunci: Kuliah Kerja Nyata (KKN), Program Bazar, Pemberdayaan UMKM, Potensi Lokal dan Digitalisasi UMKM.

ABSTRACT

The Community Service Program (Kuliah Kerja Nyata/KKN) represents a form of community engagement aimed at strengthening local economic empowerment. This study examines the implementation of a KKN bazaar program as an effort to empower and strengthen Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) based on local potential in Tanjung Baru Village. A descriptive qualitative approach was employed, utilizing observation, direct participation, and documentation during program implementation. The bazaar activities were conducted through several stages, including identification of MSME potential, collaborative planning with village authorities, implementation of the bazaar as a promotional platform for local products, and socialization of the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) as a non-cash payment system. The findings indicate that the bazaar functioned not only as a short-term economic transaction platform but also as

a medium for capacity building among MSME actors. There was an increased awareness regarding product packaging quality, marketing strategies, and the importance of digital payment adaptation. Although QRIS was not fully implemented during the event, participants showed positive responses toward digital financial literacy initiatives. Furthermore, the program strengthened collaboration between university students, local government, and the community in supporting sustainable local economic development. Therefore, the KKN bazaar program can serve as a practical and replicable model for empowering locally based MSMEs at the village level.

Keywords: Community Service Program (KKN), Bazaar Program, MSMEs, Empowerment, Local Potential, MSMEs Digitalization.

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi di Indonesia masih menghadapi berbagai rintangan, termasuk ketidakmerataan serta terbatasnya akses ekonomi di beberapa kawasan, terutama di daerah pedesaan. Pendistribusian sumber daya dan kesempatan berusaha yang tidak seimbang menghambat pertumbuhan yang bersifat inklusif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, menerapkan strategi pembangunan yang fokus pada penguatan ekonomi lokal merupakan pendekatan yang penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam hal ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM secara jelas mendefinisikan ketiga jenis usaha tersebut. Usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Sedangkan, usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang mandiri, tidak berafiliasi dengan usaha menengah atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung. Usaha menengah adalah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan tidak berafiliasi dengan usaha kecil atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang memenuhi kriteria usaha menengah (Haryani, 2022).

Regulasi ini memberikan suatu kerangka hukum yang jelas untuk membantu pengembangan UMKM agar bisa tumbuh dengan baik. Selain itu, Badan Pusat Statistik (BPS) juga mengelompokkan usaha kecil dan menengah berdasarkan jumlah pekerjanya, di mana usaha kecil memiliki antara 5 hingga 19 pekerja, sedangkan usaha menengah memiliki 20 hingga 99 pekerja. Pengelompokan ini memudahkan dalam perencanaan kebijakan dan dukungan yang lebih tepat sasaran. UMKM juga tercermin dalam perekonomian nasional dari kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja serta pada pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Data dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia pada tahun 2022 menunjukkan bahwa UMKM adalah bagian utama dari struktur usaha nasional, mendukung kegiatan ekonomi masyarakat. Memperkuat sektor ini sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) yang menekankan pentingnya pertumbuhan ekonomi inklusif dan pengurangan ketimpangan sosial. Dari sudut pandang makroekonomi, pertumbuhan ekonomi dipahami sebagai peningkatan dalam kapasitas produksi serta pendapatan nasional yang berlangsung terus-menerus. Sukirno (2007) menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi merupakan gambaran peningkatan output per kapita dalam jangka panjang, yang menjadi patokan keberhasilan pembangunan. Dengan demikian, pengembangan UMKM berkontribusi tidak hanya pada peningkatan pendapatan individu, tetapi juga terhadap pertumbuhan ekonomi di tingkat daerah.

Meskipun memiliki andil yang besar, UMKM masih tetap mengalami banyak tantangan, baik dari sisi manajerial maupun teknologis. Masalah umum yang sering ditemukan adalah terbatasnya akses untuk promosi, kemasan produk yang kurang kompetitif, serta rendahnya literasi digital. Dalam era digital yang sedang berkembang, menyesuaikan diri dengan sistem

pembayaran non-tunai menjadi hal yang penting untuk meningkatkan efisiensi serta daya saing usaha. Pada tahun 2020, Bank Indonesia melalui kebijakan QRIS berupaya untuk memperluas inklusi keuangan dan digitalisasi transaksi. Namun, penerapan inovasi ini di level desa masih memerlukan proses pendidikan dan pendampingan yang terus menerus. Dari sudut pandang teori, pemberdayaan masyarakat adalah suatu proses yang menekankan pada peningkatan kemampuan, partisipasi, dan kemandirian komunitas dalam mengelola sumber daya yang mereka miliki. Ife (2013) menekankan bahwa pemberdayaan berfokus pada penguatan peran masyarakat sebagai pelaku utama dalam pembangunan. Di sisi lain, Zimmerman (1995) mengungkapkan bahwa pemberdayaan juga mencakup aspek psikologis, yakni peningkatan rasa percaya diri dan kontrol dalam keputusan ekonomi. Dalam konteks difusi inovasi, Rogers (2003) menyatakan bahwa adopsi inovasi memerlukan tahap pengetahuan dan persuasi sebelum dapat dilaksanakan.

Hasil pengamatan awal di Desa Tanjung Baru menunjukkan bahwa sejumlah pelaku UMKM masih beroperasi dengan cara tradisional dan pasar mereka terbatas di sekitar daerah. Potensi yang ada di wilayah ini belum sepenuhnya dimanfaatkan melalui metode promosi dan inovasi dalam pemasaran. Oleh karena itu, kegiatan bazar dalam program Kuliah Kerja Nyata (KKN) dibuat sebagai bentuk intervensi untuk memberdayakan masyarakat berdasarkan potensi lokal yang ada. Program ini tidak hanya menggabungkan promosi produk, tetapi juga memberikan edukasi tentang pengemasan dan memperkenalkan sistem pembayaran digital sebagai langkah awal untuk meningkatkan kapasitas dan kesiapan para pelaku usaha dalam menghadapi perubahan ekonomi saat ini. Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan untuk menjelaskan pelaksanaan program bazar KKN sebagai upaya untuk memberdayakan dan memperkuat UMKM yang mengandalkan potensi lokal serta untuk menganalisis dampaknya terhadap peningkatan kesadaran, partisipasi, dan kesiapan para pelaku usaha di Desa Tanjung Baru.

METODE PELAKSANAAN

Desain dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan model partisipatif melalui aktivitas pengabdian kepada masyarakat dalam program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Pendekatan deskriptif kualitatif merupakan metode analisis yang digunakan untuk menggambarkan, mengevaluasi serta merangkum berbagai kondisi dan situasi berdasarkan data yang diperoleh (Mintawati et al., 2024). Pendekatan ini dipilih guna memberikan deskripsi secara sistematis tentang pelaksanaan program bazar sebagai upaya pemberdayaan dan penguatan UMKM berbasis potensi lokal di desa Tanjung Baru.

1. Lokasi dan Waktu Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan di Desa Tanjung Baru selama periode pelaksanaan KKN tahun 2026. Lokasi ini dipilih berdasarkan hasil observasi awal yang menunjukkan adanya potensi UMKM lokal yang belum optimal dalam aspek promosi, pengemasan, dan pemanfaatan teknologi digital.

2. Subjek dan Sasaran Kegiatan

Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM desa Tanjung Baru yang bergerak di sektor usaha rumahan dan produk olahan makanan. Selain itu, kegiatan ini juga melibatkan perangkat desa dan masyarakat sebagai bentuk partisipasi kolektif dalam pelaksanaan bazar.



Gambar 1. Peresmian Bazar



Gambar 2 Pelaku UMKM Desa Tanjung Baru



Gambar 3 Pelaku UMKM Desa Tanjung Baru



Gambar 4 Pelaku UMKM Desa Tanjung Baru



Gambar 5 Pelaku UMKM Desa Tanjung Baru

3. Tahapan Pelaksanaan Program, pelaksanaan program bazar dalam kegiatan KKN dirancang melalui pendekatan partisipatif yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses pemberdayaan. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Ife (2013) yang menekankan bahwa pemberdayaan masyarakat harus dilakukan melalui keterlibatan aktif komunitas dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi program. Secara

Vol. 1 No. 4, Februari 2026 38-46

operasional, tahapan kegiatan dilaksanakan sebagai berikut:

- a) Tahap Identifikasi dan Analisis Kebutuhan, tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan dan dialog bersama perangkat desa serta pelaku UMKM untuk memetakan kondisi riil usaha masyarakat. Proses ini bertujuan mengidentifikasi potensi lokal yang dapat dikembangkan serta hambatan yang dihadapi pelaku usaha, seperti keterbatasan promosi, pengemasan produk yang kurang menarik, dan rendahnya pemanfaatan sistem pembayaran digital. Tahap ini penting sebagai dasar penyusunan program yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- b) Tahap Perencanaan Program, berdasarkan hasil identifikasi masalah, mahasiswa KKN menyusun rancangan kegiatan bazar yang terintegrasi dengan edukasi pengemasan (packaging) dan sosialisasi sistem pembayaran digital (QRIS). Perencanaan dilakukan secara kolaboratif dengan melibatkan perangkat desa dan pelaku UMKM guna memastikan program memiliki relevansi dan dukungan sosial. Keterlibatan masyarakat dalam tahap perencanaan mencerminkan prinsip partisipatif dalam pemberdayaan.
- c) Tahap Implementasi Kegiatan, pelaksanaan bazar dilakukan dengan memfasilitasi pelaku UMKM untuk memamerkan dan memasarkan produknya secara langsung kepada masyarakat. Selain menjadi sarana transaksi ekonomi, kegiatan ini juga berfungsi sebagai media pembelajaran kewirausahaan dan promosi produk berbasis potensi lokal. Pada tahap ini, mahasiswa turut memberikan edukasi mengenai pentingnya desain kemasan yang menarik dan higienis sebagai bagian dari strategi peningkatan nilai tambah produk. Selain itu, dilakukan sosialisasi mengenai penggunaan QRIS sebagai alternatif sistem pembayaran non-tunai. Pengenalan inovasi ini sejalan dengan teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Rogers (2003), yang menjelaskan bahwa proses adopsi inovasi diawali dengan tahap pengetahuan dan ketertarikan sebelum mencapai implementasi penuh. Meskipun QRIS belum diterapkan secara langsung dalam transaksi bazar, kegiatan sosialisasi menunjukkan adanya respon positif dari pelaku UMKM, yang ditandai dengan munculnya pertanyaan terkait prosedur pendaftaran dan instalasi.
- d) Tahap Refleksi dan Evaluasi, tahap akhir dilakukan melalui diskusi bersama pelaku UMKM dan perangkat desa untuk memperoleh umpan balik terhadap pelaksanaan kegiatan. Evaluasi difokuskan pada tingkat partisipasi, pemahaman terhadap materi sosialisasi, serta persepsi masyarakat terhadap manfaat kegiatan bazar. Proses refleksi ini bertujuan untuk menilai efektivitas program sekaligus menjadi dasar rekomendasi pengembangan kegiatan di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Bazar

Pelaksanaan bazar memberikan dampak yang tidak hanya bersifat ekonomi jangka pendek, tetapi juga menunjukkan adanya proses penguatan kapasitas pelaku UMKM secara menyeluruh. Penguatan ini mencakup aspek pengetahuan, keterampilan teknis, serta peningkatan rasa percaya diri dalam menjalankan usaha. Selama kegiatan berlangsung, pelaku UMKM memperoleh pengalaman nyata dalam memasarkan produk secara kolektif dalam satu forum yang terorganisir. Mereka belajar menghadapi konsumen secara langsung, menjelaskan keunggulan produk, serta menerima masukan terkait kualitas rasa, tampilan, dan kemasan. Interaksi tersebut menjadi proses pembelajaran yang sangat berharga dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan. Pendampingan dari mahasiswa KKN juga memberikan tambahan wawasan mengenai pentingnya kemasan yang menarik dan higienis, penentuan harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat, serta strategi promosi yang efektif untuk menarik minat pembeli. Kesadaran ini mendorong pelaku UMKM untuk berpikir lebih inovatif dan

berorientasi pada peningkatan daya saing produk.

Selain itu, terlihat adanya peningkatan motivasi dan semangat pelaku UMKM untuk terus berproduksi dan mengikuti kegiatan serupa di masa mendatang. Mereka menjadi lebih yakin terhadap potensi usaha yang dimiliki dan terdorong untuk melakukan pengembangan secara berkelanjutan. Dengan demikian, bazar tidak hanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan sementara, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan yang memperkuat kapasitas UMKM dalam jangka panjang serta mendukung pertumbuhan ekonomi desa secara berkesinambungan.

2. Partisipasi UMKM dan Masyarakat

Partisipasi pelaku UMKM dalam kegiatan bazar tergolong tinggi. Sebanyak tujuh pelaku usaha dari berbagai RT berkontribusi aktif dengan mempersiapkan produk secara mandiri beberapa hari sebelum kegiatan. Produk yang dipasarkan berbasis potensi lokal desa, terutama komoditas nanas sebagai hasil pertanian unggulan. Berbagai inovasi olahan seperti jus nanas, kue kering nanas, dan puding nanas menunjukkan adanya kreativitas dalam meningkatkan nilai tambah produk lokal. Keterlibatan perempuan, khususnya ibu rumah tangga, sebagai pelaku UMKM dalam kegiatan bazar menunjukkan adanya peran penting perempuan dalam mendukung ekonomi keluarga. Melalui kegiatan usaha yang dijalankan, perempuan memperoleh kesempatan untuk berkontribusi secara langsung terhadap pendapatan rumah tangga. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan bazar tidak hanya berdampak pada peningkatan pada peningkatan ekonomi, tetapi juga mendorong pemberdayaan perempuan dalam menghadapi perkembangan teknologi keuangan.

Antusiasme masyarakat sebagai pengunjung juga sangat signifikan. Kehadiran lebih dari 100 orang selama kegiatan berlangsung menunjukkan bahwa bazar mampu menarik perhatian lintas kelompok usia. Kondisi stan yang ramai dan terjual habisnya seluruh produk sebelum kegiatan berakhir mengindikasikan bahwa masyarakat memiliki minat terhadap produk lokal desa. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian dalam berbagai jurnal pengabdian masyarakat di Indonesia yang menyatakan bahwa kegiatan promosi kolektif seperti bazar mampu meningkatkan eksposur produk, memperluas jejaring sosial, serta memperkuat solidaritas ekonomi lokal. Interaksi langsung antara penjual dan pembeli tidak hanya menghasilkan transaksi ekonomi, tetapi juga mempererat hubungan sosial dalam komunitas. Dari perspektif pemberdayaan psikologis, partisipasi aktif pelaku UMKM dalam kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan rasa kompetensi dan kepercayaan diri. Zimmerman (1995) menyebutkan bahwa pemberdayaan individu ditandai dengan meningkatnya keyakinan terhadap kemampuan diri dalam mengontrol dan mengembangkan aktivitas ekonomi yang dijalankan. Pengalaman menjual secara langsung menjadi proses pembelajaran yang memperkuat kapasitas personal pelaku usaha.

3. Respons Terhadap Sosialisasi QRIS

Kegiatan bazar juga dimanfaatkan sebagai sarana edukasi mengenai sistem pembayaran digital Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Sosialisasi dilakukan melalui pendekatan dialogis dengan menjelaskan manfaat transaksi non-tunai, keamanan sistem, serta prosedur pendaftaran. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan digital pelaku UMKM dan masyarakat desa.

Respons yang muncul menunjukkan adanya keterbukaan terhadap inovasi. Beberapa pelaku UMKM menyatakan ketertarikan untuk menggunakan QRIS karena dinilai praktis dan sesuai dengan perkembangan teknologi. Bahkan terdapat warga yang secara aktif menanyakan prosedur instalasi dan mekanisme penggunaan aplikasi pendukung. Menurut teori difusi inovasi Rogers (2003), adopsi inovasi berlangsung melalui tahapan pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Respons berupa pertanyaan dan diskusi menunjukkan bahwa

pelaku UMKM telah memasuki tahap pengetahuan dan persuasi. Meskipun belum sampai pada tahap implementasi, kegiatan sosialisasi ini menjadi fondasi awal dalam proses transformasi digital. Sejumlah kajian di Indonesia juga menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan digital menjadi salah satu hambatan utama adopsi teknologi pada UMKM desa. Oleh karena itu, sosialisasi yang dilakukan dalam kegiatan ini dapat dipandang sebagai langkah strategis dalam membangun kesiapan digital secara bertahap.

4. Indikasi Penguatan Kapasitas

Secara keseluruhan, pelaksanaan bazar menunjukkan adanya indikasi penguatan kapasitas pelaku UMKM baik dari aspek teknis maupun psikologis. Penguatan teknis terlihat dari meningkatnya pemahaman mengenai pentingnya kemasan yang menarik, strategi promosi sederhana, serta pelayanan yang komunikatif kepada konsumen. Sementara itu, penguatan psikologis tampak dari meningkatnya rasa percaya diri dan motivasi untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

Pendekatan berbasis potensi lokal yang diterapkan dalam kegiatan ini sejalan dengan konsep asset-based community development (Ife, 2013), yang menekankan pentingnya mengoptimalkan sumber daya internal masyarakat sebagai fondasi pembangunan. Pengolahan nanas sebagai komoditas unggulan menjadi bukti bahwa masyarakat mampu mengembangkan produk bernilai tambah dari aset yang dimiliki.

Perubahan sikap, meningkatnya motivasi, serta keterbukaan terhadap digitalisasi menjadi indikator kualitatif bahwa proses pemberdayaan telah mulai terbentuk. Walaupun dampak ekonomi jangka panjang belum diukur secara kuantitatif, kegiatan ini telah membangun dasar penguatan kapasitas yang berpotensi berkembang melalui pendampingan lanjutan dan dukungan kebijakan desa

HAMBATAN

Walaupun pelaksanaan bazar dan sosialisasi QRIS berjalan dengan baik, terdapat beberapa tantangan yang muncul selama kegiatan. Pertama, kurangnya pengalaman pelaku UMKM dalam berpartisipasi dalam promosi bersama menjadi hambatan awal. Beberapa pelaku usaha belum terbiasa menjual produk mereka secara langsung di tempat umum, sehingga terlihat rasa canggung dan ketidakpastian saat menawarkan produk kepada calon konsumen pada awal kegiatan. Kedua, pengetahuan tentang sistem pembayaran digital masih cukup terbatas. Meskipun reaksi terhadap sosialisasi QRIS umumnya positif, masih ada pelaku UMKM yang merasa ragu mengenai cara mendaftar, syarat administratif, dan bagaimana menggunakan aplikasi perbankan digital. Ini menunjukkan bahwa literasi keuangan digital di tingkat desa perlu ditingkatkan secara bertahap. Ketiga, waktu yang terbatas untuk program KKN menjadi penghalang bagi proses pendampingan. Durasi kegiatan yang relatif singkat mengakibatkan inovasi, seperti penerapan QRIS secara langsung, belum dapat diterapkan saat bazar berlangsung.

SOLUSI

Untuk mengatasi hambatan tersebut, ada beberapa langkah strategis yang dapat diambil. Pertama, penting untuk memberikan pendampingan yang berkelanjutan secara teratur dengan melibatkan pemerintah desa atau lembaga terkait untuk meningkatkan kepercayaan diri dan keterampilan pemasaran para pelaku UMKM. Pelatihan sederhana mengenai teknik pemasaran dan pengemasan produk dapat dijadikan solusi untuk memperkuat daya saing usaha. Kedua, sosialisasi mengenai pembayaran digital harus dilanjutkan dengan bimbingan teknis, seperti simulasi pendaftaran QRIS dan praktik langsung dalam menggunakan aplikasi. Dengan

pendekatan ini, keraguan dapat diminimalkan dan kesiapan pelaku UMKM untuk mengadopsi sistem pembayaran non-tunai dapat ditingkatkan. Ketiga, agar program bazar dapat berlanjut, penting untuk mengintegrasikan kegiatan tersebut ke dalam agenda rutin desa, seperti saat perayaan hari besar atau kegiatan masyarakat lainnya. Dengan cara ini, kesempatan promosi untuk UMKM tidak hanya bersifat sementara, tetapi menjadi program yang berkelanjutan dan terencana.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pelaksanaan program bazar KKN di Desa Tanjung Baru, dapat disimpulkan bahwa kegiatan bazar yang menggabungkan promosi produk dan edukasi tentang pembayaran digital (QRIS) memberikan dampak yang positif dalam memberdayakan UMKM yang berfokus pada potensi lokal. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai cara untuk menjual produk, tetapi juga menjadi alat untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam hal promosi, pengemasan, dan memahami sistem pembayaran digital. Pelaksanaan bazar ini mengajak masyarakat, khususnya ibu-ibu yang menjalankan usaha, untuk aktif dalam mengembangkan bisnis mereka di rumah. Keterlibatan warga tercermin dari partisipasi mereka dalam aktivitas, diskusi tentang strategi pemasaran, dan pertanyaan langsung mengenai cara instalasi QRIS. Ini menunjukkan bahwa ada peningkatan kesadaran akan pentingnya beradaptasi secara digital untuk mendukung keberlanjutan usaha. Selain itu, program ini memperkuat hubungan sosial di masyarakat melalui kerjasama antara mahasiswa KKN, perangkat desa, dan pelaku UMKM. Sinergi ini menjadi elemen penting dalam menciptakan suasana yang mendukung pengembangan ekonomi lokal secara berkelanjutan. Dengan demikian, bazar KKN dapat dianggap sebagai langkah awal yang efektif dalam mendorong pemberdayaan ekonomi di desa, meskipun penerapan pembayaran digitalnya masih dalam tahap sosialisasi.

SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan program, penting untuk adanya dukungan lebih lanjut dari pemerintah desa dan pihak lainnya agar penerapan QRIS tidak hanya sampai pada tahap sosialisasi. Implementasi ini harus bisa dilakukan oleh pelaku UMKM dalam kegiatan transaksi sehari-hari. Selain itu, pelatihan tambahan tentang pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, teknik fotografi produk, dan strategi merek, sangat diperlukan untuk memperbesar jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Dianjurkan juga untuk menjalin kerjasama dengan lembaga keuangan atau perbankan untuk mempermudah proses pendaftaran QRIS serta meningkatkan kepercayaan pelaku usaha terhadap sistem pembayaran digital. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi dan monitoring secara rutin untuk menilai perkembangan UMKM setelah program serta mengidentifikasi dampak jangka panjang pada penguatan ekonomi lokal. Model bazar yang berbasis potensi lokal dan dipadukan dengan edukasi digitalisasi juga memiliki kemungkinan untuk diterapkan di daerah lain dengan penyesuaian terhadap karakteristik dan kebutuhan masyarakat setempat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua yang telah membantu dalam pembuatan artikel ini, terutama para penulis dan penerbit dari sumber literatur digital yang menjadi acuan penelitian. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing lapangan, Bapak M. Robbani, M. Pd, yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan kepada kami sehingga artikel ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). Klasifikasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja. Badan Pusat Statistik (BPS-Statistics Indonesia). <https://www.bps.go.id/subject/58/umkm.html>
- Bank Indonesia. (2020). Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/ritel/qrisc>
- Haryani, D. (2022). Implementasi Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah Terhadap Pengembangan Usaha Anyaman Rumbai di Desa Sidang Mas Banyuasin III Kabupaten Banyuasin. *Jurnal Ilmiah Administrasi dan Sosial*, 17(2), 76-88.
- Ife, J. (2013). *Community Development In an Uncertain World: Vision, Analysis, and Practice* (2nd ed.).
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). <https://kemenkopukm.go.id/data-umkm>,
- Kurniawan, B., & Suryono, Y. (2020). Pengembangan UMKM Berbasis Potensi Lokal Dalam Meningkatkan Ekonomi Desa. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan*, 6(1), 15-24.
- Mardikanto, T., & Soebiato, P. (2017). *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Mintawati, H., dkk. (2024). Perkembangan Minat Beli Produk UMKM Desa Cicadas Melalui Media Bazar Tradisional. *Sabajaya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2 . <https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jpkm>
- Nurhayati, E., & Fitriani, R. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 112-120.
- Rahman, A. (2020). Strategi Pemasaran UMKM Melalui Kegiatan Bazar Sebagai Media Promosi Langsung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Lokal*, 4(1), 45-53.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed). Free Press.
- Sari, D., & Pratama, R. (2021). Digitalisasi UMKM Melalui Penerapan QRIS Sebagai Sistem Pembayaran Non-Tunai. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 3(2), 89-98.
- Sukirno, S. (2007). *Ekonomi Pembangunan (Proses, masalah, dan kebijakan)*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Supriyanto., & Maulana, B. D. G. (2022). Inovasi Bazar Pelayanan Pemerintahan Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo Pada Tahun 2022. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jambi (JISIP-UNJA)*, 1(6), 41-50.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan*. Jakarta: LP3ES
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 170-173.
- Zimmerman, M. A. (1995). Psychological Empowerment: Issues and Illustrations. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 581-599.