

**PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PENDAMPINGAN
MANAJEMEN USAHA DALAM KEGIATAN BAZAR EKONOMI
KELUARGA DI GEREJA SANTO YUSUP GEDANGAN**

**Dyah Ika Kirana Jalantina¹, Maria Magdalena Minarsih², Heru Sri Wulan³,
Georgina Firnanda Natalie⁴, Theresia Rieke Christina Elen⁵, E. Setia Budi Adi Wibawa⁶,
Fransisca Citradewi⁷, Leonardo Budi Hasiholan⁸, Dewi Fatmasari⁹**
^{1,2,3,4,5,6,7,8,9} Universitas Pandanaran
email: dyah.ika@unpand.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran dalam rangka mendukung pemberdayaan ekonomi keluarga melalui partisipasi aktif dalam bazar UMKM di halaman Gereja Santo Yusup Gedangan. Sebanyak 30 pelaku UMKM terlibat dalam kegiatan ini, yang tidak hanya menjadi ajang promosi produk lokal, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan pendampingan. Tim pengabdian memberikan pelatihan langsung terkait strategi pemasaran, seperti pemanfaatan media sosial dan penguatan branding, serta pengemasan produk yang menarik dan fungsional guna meningkatkan daya saing di pasar. Kegiatan ini diharapkan mampu mendorong pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha secara mandiri dan berkelanjutan, serta memperkuat sinergi antara perguruan tinggi dan komunitas lokal dalam membangun ekonomi berbasis komunitas.

Kata Kunci : UMKM, Bazar, Ekonomi

Abstract.

This community service activity was carried out by lecturers and students of the Management Study Program, Faculty of Economics, Pandanaran University, as part of an initiative to support family-based economic empowerment through active participation in an MSME bazaar held at the courtyard of St. Joseph Gedangan Church. A total of 30 MSME participants took part in the event, which served not only as a platform to promote local products but also as an educational and mentoring opportunity. The service team provided direct training on marketing strategies, including social media utilization and brand development, as well as product packaging techniques to enhance visual appeal and market competitiveness. This activity is expected to encourage MSME actors to grow their businesses independently and sustainably, while strengthening the synergy between higher education institutions and local communities in building a community-based economy.

Keywords : MSME, Bazaar, Economy

PENDAHULUAN

Perekonomian masyarakat merupakan fondasi penting dalam pembangunan nasional yang berkelanjutan. Di tengah tantangan global dan dinamika sosial, penguatan ekonomi keluarga menjadi strategi yang relevan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara langsung. Salah satu pendekatan yang efektif adalah melalui pemberdayaan ekonomi lokal berbasis komunitas, di mana keluarga tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga pelaku aktif dalam kegiatan ekonomi produktif (Daeli et al., 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. UMKM tidak hanya menyerap tenaga kerja, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan ekonomi keluarga dan komunitas (Lailla Syaharany et al., 2023). Namun, banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi kendala dalam hal manajemen usaha, pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, pendampingan dan edukasi dari kalangan akademisi menjadi sangat penting untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM.

Sebagai bentuk kontribusi nyata, dosen Fakultas Ekonomi dan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pandanaran melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan mendampingi 30 UMKM yang tergabung dalam bazar ekonomi keluarga di wilayah Paroki Gereja Santo Yusup Gedangan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan manajerial kepada pelaku UMKM, sekaligus memperkuat sinergi antara perguruan tinggi dan komunitas lokal dalam membangun ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Adapun sisi positif dari bazar ini diantaranya adalah memberikan kesempatan langsung bagi pelaku UMKM untuk menjual produk mereka kepada masyarakat, sehingga dapat meningkatkan pendapatan harian dan memperkuat ekonomi rumah tangga (Mufahamah et al., 2023). Melalui bazar, pelaku usaha dapat memperkenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas, membangun relasi dengan pelanggan baru, dan mendapatkan umpan balik langsung dari konsumen. Kegiatan bazar memotivasi masyarakat untuk berani memulai atau mengembangkan usaha, serta menumbuhkan jiwa wirausaha di lingkungan komunitas. Bazar yang diselenggarakan di lingkungan gereja menciptakan ruang interaksi sosial yang positif, memperkuat rasa kebersamaan, dan mendukung ekonomi. Dengan

adanya keterlibatan akademisi, bazar menjadi media edukatif di mana pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan praktis tentang manajemen usaha, pemasaran, dan pengemasan produk.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari beberapa tahap yaitu :

1. Persiapan
Pada tahap persiapan ini Tim Pengabdian berkoordinasi dengan Ketua Pengembangan Sosial Ekonomi (PSE) Gereja Santo Yusup Gedangan selaku penyelenggara kegiatan bazar. Koordinasi ini bertujuan untuk menyelaraskan agenda kegiatan, menetapkan kebutuhan pelaku UMKM yang akan didampingi, serta merancang bentuk pendampingan yang sesuai dengan kondisi dan potensi lokal. Melalui komunikasi yang terbuka dan kolaboratif, kedua pihak menyusun strategi pelaksanaan bazar yang tidak hanya menjadi ajang promosi produk UMKM, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan pemberdayaan ekonomi keluarga berbasis komunitas gereja.
2. Pelaksanaan
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara langsung dilaksanakan pada tanggal 19 Oktober 2025, bertepatan dengan pelaksanaan bazar ekonomi keluarga yang diselenggarakan oleh Paroki Gereja Santo Yusup Gedangan. Pada hari tersebut, tim dosen dan mahasiswa dari Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran hadir untuk memberikan pendampingan kepada 30 pelaku UMKM yang berpartisipasi dalam bazar. Kegiatan berlangsung dengan antusiasme tinggi, di mana para pelaku usaha mendapatkan berbagai materi praktis terkait manajemen usaha, strategi pemasaran, dan pengemasan produk.

Selain itu, mahasiswa turut berperan aktif dalam membantu pelaku UMKM mempresentasikan produk mereka kepada pengunjung bazar, sehingga tercipta suasana edukatif dan kolaboratif yang memperkuat hubungan antara dunia akademik dan masyarakat. UMKM yang ikut dalam bazar ini diantaranya adalah :

- Mie Kopyok Ryan
- Ayam Geprek
- Gudeg Bu Betty
- Bakso Malang Adjie
- Kopi Andalan
- Espessia Es Potong
- Pentol Goreng dan Cireng Ayam
- Leker Gemilang
- Dimsum Bakar
- Sempolan Ayam
- Es Kuwud
- Roti Manis

Sebagai bagian dari kegiatan bazar ini, turut diselenggarakan demo pembuatan roti manis yang bekerja sama dengan Lesaffre, perusahaan penyedia bahan campuran roti berkualitas. Demo ini bertujuan untuk memberikan edukasi praktis kepada pelaku UMKM, khususnya yang bergerak di bidang kuliner, mengenai teknik pembuatan roti yang menarik dan bernilai jual tinggi. Dalam sesi ini, peserta diperkenalkan pada penggunaan bahan campuran roti dari Lesaffre yang dapat meningkatkan tekstur, rasa, dan daya tahan produk. Kegiatan ini tidak hanya memberikan wawasan baru tentang inovasi produk, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk mengembangkan kreativitas dalam menciptakan produk yang kompetitif di pasar lokal.



Gambar 1 dan 2. UMKM peserta bazar



Gambar 3, 4, 5. Acara Demo Pembuatan Roti

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan bazar ekonomi keluarga yang menjadi bagian dari program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di halaman Gereja Santo Yusup Gedangan, yang telah disulap menjadi ruang terbuka yang nyaman dan strategis untuk aktivitas ekonomi komunitas. Lokasi ini dipilih karena memiliki akses yang mudah bagi warga sekitar serta mampu menampung seluruh pelaku UMKM yang berpartisipasi. Suasana bazar berlangsung meriah dan interaktif, di mana pengunjung dapat langsung berinteraksi dengan pelaku usaha, mencoba produk, serta mengikuti berbagai kegiatan edukatif yang diselenggarakan oleh tim pengabdian. Pemanfaatan halaman gereja sebagai pusat kegiatan menunjukkan sinergi positif antara institusi keagamaan dan akademik dalam mendukung pemberdayaan ekonomi lokal.

Dalam rangka mendukung peningkatan kapasitas pelaku UMKM, Tim Pengabdian melakukan pendampingan langsung yang difokuskan pada aspek manajemen usaha. Para pelaku UMKM diberikan pemahaman mengenai pentingnya perencanaan bisnis, pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan stok, serta strategi pengembangan usaha jangka panjang. Melalui pendekatan dialogis dan studi kasus, peserta diajak untuk mengidentifikasi tantangan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha, sekaligus mencari solusi yang aplikatif dan sesuai dengan kondisi masing-masing.

Selain aspek manajerial, pendampingan juga mencakup strategi pemasaran yang relevan dengan kebutuhan UMKM lokal. Tim pengabdian memberikan materi tentang cara menentukan target pasar, membangun branding produk, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dan murah. Pelaku UMKM diajak untuk memahami pentingnya diferensiasi produk dan pelayanan pelanggan sebagai kunci untuk meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Tak kalah penting, pelatihan juga diberikan dalam hal pengemasan produk yang menarik dan fungsional, mengingat kemasan merupakan elemen penting dalam menarik minat konsumen. Tim pengabdian memberikan contoh desain kemasan yang sesuai dengan karakter produk lokal, serta tips dalam memilih bahan kemasan yang ekonomis namun tetap estetik. Dengan pengemasan yang baik, produk UMKM tidak hanya memiliki nilai jual yang lebih tinggi, tetapi juga mampu membangun citra profesional di mata konsumen.

Melalui pendampingan dalam strategi pemasaran, diharapkan para pelaku UMKM mampu memahami pentingnya membangun identitas merek dan menjangkau pasar yang lebih luas secara efektif. Dengan pemanfaatan media sosial, teknik promosi sederhana, dan pendekatan yang sesuai dengan karakter produk lokal, pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk mereka (Hanif et al., 2024). Harapan jangka panjangnya adalah terciptanya UMKM yang mandiri secara pemasaran, mampu bersaing di pasar lokal maupun regional, serta memiliki strategi promosi yang berkelanjutan.

Sementara itu, dalam aspek pengemasan produk, pendampingan ini bertujuan agar pelaku UMKM menyadari bahwa kemasan bukan hanya pelindung fisik produk, tetapi juga bagian dari strategi branding. Dengan pengemasan yang menarik, informatif, dan sesuai dengan target pasar, produk UMKM diharapkan memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan mampu menarik perhatian konsumen secara visual (Gery Utama Orlando, 2023). Harapannya, pelaku usaha dapat meningkatkan citra profesional produk mereka, memperluas jangkauan pasar, dan membangun loyalitas konsumen melalui tampilan produk yang lebih kompetitif.



Gambar 6. Hasil palatihan berupa hantaran pernikahan

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran di Paroki Gereja Santo Yusup Gedangan telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM lokal. Melalui keterlibatan aktif dalam bazar ekonomi keluarga, tim pengabdian berhasil menjalin kolaborasi yang erat dengan komunitas gereja serta memberikan kontribusi nyata dalam upaya pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas.

Pendampingan yang diberikan mencakup aspek penting dalam pengelolaan usaha, khususnya strategi pemasaran dan pengemasan produk. Pelaku UMKM mendapatkan wawasan baru tentang cara memasarkan produk secara efektif, membangun identitas merek, serta meningkatkan daya tarik visual melalui kemasan yang menarik dan fungsional. Harapannya, pengetahuan ini dapat diterapkan secara berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing produk lokal dan memperluas jangkauan pasar.

Melihat antusiasme peserta dan hasil yang dicapai, kegiatan bazar ini diharapkan dapat menjadi agenda rutin yang tidak hanya menjadi ajang promosi produk, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan pemberdayaan ekonomi keluarga. Ke depan, sinergi antara perguruan tinggi dan komunitas lokal seperti ini perlu terus diperkuat agar UMKM dapat berkembang secara mandiri dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Daeli, A. S., Gunawan, H., & Rianto, I. N. (2024). Pengaruh Penerapan Produk , Harga dan Promosi Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Bazar Pamedan. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(4), 1764–1776.
- Gery Utama Orlando, M. A. (2023). Increasing Interest in Buying Umkm Products Through. *Karya : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 230–234.
- Hanif, F., Al-Jihadi, M. Z., & Nuha, Z. U. (2024). Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Kegiatan Bakti Sosial dan Bazar Murah di Dusun Klepu. *Efada : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 150–155. <https://doi.org/10.54214/efada.vol1.iss2.738>
- Lailla Syaharany, Desi Anggraini, Anggit Dyah Kusumastuti, & Annisa Indah Mutiasari. (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. <https://doi.org/10.58169/jpmsaintek.v2i4.231>
- Mufahamah, E., Indriani, W., Manan, M. A., Putri, F. D., Purwanto, E., Kurniawan, A., Yani, I., Suryani, S., & Sari, N. Y. (2023). Peran Bazar Universitas Malahayati Dalam Meningkatkan Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Bakti Masyarakat Manajemen*, 3(2), 225–231.