NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Volume 6, Nomor 1, Februari 2026
E-ISSN .: 2962-4800; P-ISSN .: 2962-360X, Hal. 279-289
DOI: https://doi.org/10.55606/nusantara.v6i1.7613
Tersedia: https://prin.or.id/index.php/nusantara

Peran Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata dalam Pengembangan Ekonomi UMKM melalui Kegiatan Bazar di Desa Selayang

The Role of Community Service Students in Developing the MSME Economy through Bazaar Activities in Selayang Village

Lailan Syakira Taufan[1*], Putri Ramadani[2], Putri Wahyuni[3], Ruth L. Sitakar[4], Rahmad Efendi[5]
[1-5]Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia
Email: lailansyahkira@gmail.com[1], ramadaniputri2004@gmail.com[2], puttry.wahyuni13@gmail.com[3], ruthsitkar15@gmail.com[4], rahmadefendi@uinsu.ac.id[5]*
**Penulis Korespondensi: lailansyahkira@gmail.com*

Riwayat Artikel:
Naskah Masuk: 11 November 2025;
Revisi: 25 November 2025;
Diterima: 14 Desember 2025;
Tersedia: 16 Desember 2025;

Keywords: *Bazaar; Economic Development; KKN Students; MSMEs; Selayang Village.*

Abstract: *This study examines the role of KKN students in supporting the economic development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through bazaar activities in Selayang Village. The bazaar programs facilitated by KKN students proved effective in improving product marketing, expanding business networks, increasing public awareness of local products, and ultimately raising the income of MSME actors. In addition to their economic impact, the bazaars functioned as promotional platforms and spaces for social interaction that strengthened relationships between community members and local entrepreneurs. Despite facing internal challenges such as limited funding, inadequate human resources, and a lack of product innovation, the initiative demonstrated positive outcomes. Collaboration among KKN students, local government, and the community is considered essential to ensure the sustainability of such empowerment programs. Overall, the findings indicate that bazaar activities represent an effective strategy for rural economic empowerment, contributing to the long-term competitiveness and growth of MSMEs while fostering community participation and local economic resilience.*

Abstrak

Studi ini meneliti peran mahasiswa KKN dalam mendukung pembangunan ekonomi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui kegiatan bazar di Desa Selayang. Program bazar yang difasilitasi oleh mahasiswa KKN terbukti efektif dalam meningkatkan pemasaran produk, memperluas jaringan bisnis, meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk lokal, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan pelaku UMKM. Selain dampak ekonominya, bazar tersebut berfungsi sebagai platform promosi dan ruang interaksi sosial yang memperkuat hubungan antara anggota masyarakat dan pengusaha lokal. Meskipun menghadapi tantangan internal seperti keterbatasan dana, kurangnya sumber daya manusia, dan kurangnya inovasi produk, inisiatif ini menunjukkan hasil yang positif. Kolaborasi antara mahasiswa KKN, pemerintah daerah, dan masyarakat dianggap penting untuk memastikan keberlanjutan program pemberdayaan tersebut. Secara keseluruhan, temuan menunjukkan bahwa kegiatan bazar merupakan strategi yang efektif untuk pemberdayaan ekonomi pedesaan, berkontribusi pada daya saing dan pertumbuhan UMKM jangka panjang sekaligus mendorong partisipasi masyarakat dan ketahanan ekonomi lokal.

Kata Kunci: Bazar; Desa Selayang; Mahasiswa KKN; Pengembangan Ekonomi; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata atau disebut KKN merupakan perwujudan kegiatan intrakulikuler yang dipadukan dengan pelaksanaan Tri Dharma yang memberikan pengalaman kepada mahasiswa mengenai kegiatan pengabdian masyarakat dengan tujuan untuk membantu masyarakat setempat, berdasarkan oleh Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pada ayat 2 bahwa "Perguruan tinggi berkewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.''

Program KKN ini secara menyeluruh bertujuan untuk menerapkan, mengamalkan dan memanfaatkan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi guna memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa di desa menggunakaan teori dan praktik yang dimiliki mahasiswa untuk dapat diterapkan langsung ke daerah yang dituju. Kegitaan KKN menjadi peluang bagi mahasiswa dalam membentuk strategi dan mencari solusi dalam memecahkan berbagai masalah yang dihadapi di desa selayang, seperti unit UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan menengah) yang masih dalam tahap berkembang sehingga diperlukan adanya Upaya untuk peningkatan promosi pemasaran, meningatkan daya saing yang rendah, serta kegiatan yang meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan UMKM yang tersedia di Desa Selayang. Hal ini yang menjadikan mahasiwa KKN berperan melakukan kegiatan bazar yang diharapkan menciptakan peluang bagi berbagai UMKM yang ikut berpartisipasi dan sekaligus meningkatkan pendapatan serta keberlangsungan UMKM desa Selayang.

Keterlibatan Tim KKN Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dalam penyelenggaran bazar yang dilakukan di Desa Selayang Kecamatan Selesai tidak hanya berperan sebagai panitia, tetapi juga sebagai fasiliator yang membantu menghubungkan produsen lokal dengan konsumen. Hal ini menjadikan wadah untuk memperkenalkan produk-produk lokal kepada masyarakat luas tidak hanya sekedar tempat transaksi ekonomi, tetapi juga ruang sosial yang mempertemukan berbagai elemen masyarakat di desa.

UMKM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan ekonomi lokal, khususnya di Desa Selayang Kecamatan Selesai, karena keberadaan UMKM membantu menggerakkan roda perekonomian dengan menciptakan lapangan kerja sehingga mampu mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat (Tambunan, 2019). Selain itu, UMKM berperan dalam diversifikasi ekonomi lokal dengan memperkenalkan berbagai produk dan jasa yang dihasilkan oleh penduduk desa, sehingga mengurangi ketergantungan pada sektor pertanian semata (Todaro & Smith, 2020). Meski mempunyai peran yang strategis serta mendapat dukungan dari pemerintah, pengembangan kinerja UMKM bukanlah hal yang mudah dan kerap kali menghadapi berbagai kendala yang

dominan berasal dari faktor internal, di mana pelaku UMKM belum sepenuhnya mampu mengantisipasi dan mengatasi tantangan usaha yang bergerak dinamis serta sulit bersaing dengan perusahaan besar (Porter, 2008). Faktor yang berasal dari dalam suatu entitas bisnis dan umumnya dapat dikendalikan disebut sebagai faktor internal, yang meliputi keterbatasan permodalan, wilayah atau jangkauan pemasaran produk, kapasitas dan volume produksi, serta kualitas sumber daya manusia dalam UMKM (Scarborough, 2016).

Permasalahan tersebut menjadi fokus dalam kegiatan kuliah kerja nyata (KKN), di mana mahasiswa berperan sebagai agen perubahan yang hadir dengan membawa ide serta inovasi untuk membantu masyarakat dalam membentuk strategi dan mencari solusi dalam memecahkan masalah UMKM yang dihadapi di Desa Selayang (Bringle & Hatcher, 2000). Salah satu bentuk kontribusi tersebut adalah dengan menyelenggarakan kegiatan bazar, yang berfungsi sebagai sarana promosi sekaligus media interaksi antara pelaku UMKM dan konsumen (Sinclair, 2011). Melalui kegiatan ini, mahasiswa KKN dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing, memperluas jaringan pemasaran, serta membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya mendukung produk lokal (Eyler et al., 2001). Keterlibatan Mahasiswa KKN Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dalam penyelenggaraan bazar yang dilakukan di Desa Selayang Kecamatan Selesai tidak hanya berperan sebagai panitia, tetapi juga sebagai fasilitator yang membantu menghubungkan produsen lokal dengan konsumen (Jacoby, 1996). Hal ini menjadikan wadah untuk memperkenalkan produk-produk lokal kepada masyarakat luas tidak hanya sekadar tempat transaksi ekonomi, tetapi juga ruang sosial yang mempertemukan berbagai elemen masyarakat di desa (Ward & Wolf-Wendel, 2000).

Namun, masih sedikit penelitian yang membahas secara spesifik tentang efektivitas kegiatan bazar yang dipelopori mahasiswa KKN sebagai strategi pengembangan ekonomi UMKM di tingkat desa. Sejumlah kajian sebelumnya menunjukkan bahwa program KKN mampu memberikan dampak positif dalam pemberdayaan masyarakat, terutama di bidang pendidikan, kesehatan, dan sosial. Akan tetapi, novelty dari penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap peran kegiatan bazar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi UMKM di Desa Selayang.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran mahasiswa KKN dalam pengembangan ekonomi UMKM melalui kegiatan bazar, sekaligus menggali dampak yang dirasakan oleh para pelaku UMKM maupun masyarakat sekitar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemberdayaan UMKM di desa – desa lain, serta menjadi referensi dalam mengoptimalkan peran mahasiswa KKN sebagai mitra pembangunan masyarakat.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin menggambarkan secara langsung peran mahasiswa KKN dalam pengembangan ekonomi UMKM melalui kegiatan bazar di Desa Selayang. Pendekatan deskriptif kualitatif dianggap relevan karena melalui proses pengamatan, wawancara dengan para pelaku UMKM yang terlibat dalam pelaksanaan bazar UMKM, dan dokumentasi.

Penelitian ini dibagi menjadi 3 proses utama yaitu proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan bazar yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN bersama dengan UMKM setempat. Prosedur penelitian meliputi tiga tahap utama, yaitu:

a. Tahap Perencanaan

   Perencanaan bazar UMKM di Desa Selayang diawali dengan melakukan pendataan peserta. Panitia KKN UINSU menghimpun informasi mengenai UMKM yang berminat ikut serta dalam acara memeriahkan HUT RI. Data tersebut mencakup nama pelaku UMKM serta jenis produk yang nantinya dipasarkan dalam bazar. Desa Selayang sendiri memiliki sembilan dusun, maka panitia berupaya memberikan informasi kepada setiap kepala dusun agar dapat menyampaikan kembali kepada pelaku UMKM dusun masing – masing, sehingga informasi dapat diterima secara merata. Kemudian, perencanaan lokasi tempat pelaksanaan bazar untuk menampung para peserta UMKM dilakukan dengan memperhatikan kenyamanan, keamanan, serta kerapian agar para pedagang dapat berjualan dengan leluasa.

b. Tahap Pelaksanaan

   Kegiatan bazar UMKM di Desa Selayang di adakan dua hari dimulai pada Sabtu, 16 Agustus – 17 Agustus 2025 dari pukul 08.00 WIB – 22.00 WIB, para pelaku UMKM yang terdaftar sudah mempersiapkan segala sesuatu yang berkaitan dengan produk yang ingin di jual, mulai dari mengisi stand yang sudah di bagikan, menyiapkan bahan dan peralatan, dan tentunya menciptakan suasana bazar yang tertib, kondusif, aman dan menjaga kebersihan serta keamanan lokasi bazar. Mahasiswa KKN juga membantu dalam promosi stand UMKM dan ikut berpartisipasi melakukan kegiatan jual dan beli untuk meningkatkan pendampatan para pelaku UMKM. Kegiatan ini disertai dengan berbagai macam perlombaan dan juga hiburan sederahana, sehingga mampu menarik perhatian masyarakat serta meningkatkan interaksi antara UMKM dan pembeli.

Gambar 1. Tahap Pelaksanaan.

c. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi kegiatan bazar dilakukan melalui observasi secara langsung, dalam bentuk dokumentasi foto dan video serta wawancara singkat dengan pelaku UMKM. Pada tahap ini difokuskan kepada keterlibatan masyarakat, peningkatan omset penjualan, manfaat yang dirasakan UMKM, serta kendala yang dihadapi selama pelaksanaan bazar. Hasil evaluasi ini kemudian akan dianalisis secara deskriptif untuk memberikan gambaran nyata mengenai peran mahasiswa KKN UINSU dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal melalui kegiatan bazar ini.

Gambar 2. Tahap Evaluasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Keterlibatan mahasiswa KKN Universitas Islam Negeri Sumatera Utara di Desa Selayang memiliki dampak positif dalam pengembangan ekonomi UMKM melalui kegiatan bazar. Strategi pemasaran yang tepat memungkinkan UMKM untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan meningkatkan volume penjualan. Bazar UMKM menjadi salah satu metode pemasaran yang efektif karena dapat menjangkau konsumen secara langsung serta membangun interaksi tanpa memerlukan perantara dan meningkatkan kesadaran akan produk local (Azizil Yudaruddin et al., 2023).

Selain memperluas akses pemasaran, kegiatan bazar juga dapat memperkuat jejaring sosial dan kolaborasi antar pelaku UMKM dan masyarakat. Keberhasilan kegiatan bazar dalam membangun jejaring sosial berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Melalui jejaring tersebut, pelaku usaha dapat meningkatkan inovasi produk, serta memperoleh akses yang lebih luas terhadap sumber daya seperti modal, pelatihan, dan peluang kerja sama baru. Jaringan yang terbangun secara berkelanjutan juga mendukung pelaku UMKM dalam memperluas pasar dan meningkatkan kapasitas produksi mereka (Syah et al., 2025).

Melalui kegiatan ini, mahasiswa KKN turut membantu UMKM meningkatkan daya saingnya dan memperluas pasar. Kegiatan bazar menjadi wadah yang efektif dalam mengenalkan produk lokal kepada masyarakat luas, sekaligus meningkatkan pendapatan pelaku UMKM dan mendukung keberlangsungan usaha mereka. Selain itu, kolaborasi yang baik dan pengembangan inovasi yang sesuai kebutuhan konsumen akan meningkatkan kinerja usaha.

Kegiatan bazar yang didukung oleh peran aktif mahasiswa KKN di Desa Selayang menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM melalui media promosi dan interaksi sosial dapat memberikan dampak positif yang nyata. Melalui interaksi langsung, pelaku UMKM dapat memperoleh feedback langsung dari konsumen, sehingga mereka dapat memperbaiki kualitas produk dan layanan mereka sesuai dengan kebutuhan pasar. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan bazar bukan hanya sebagai sarana penjualan sementara tetapi juga sebagai media edukasi dan peningkatan kualitas produk secara berkelanjutan (Daeli et al., 2024).

Keberadaan mahasiswa KKN di Desa Selayang terbukti memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan UMKM melalui penguatan promosi, interaksi sosial, dan peningkatan kualitas produk. Sebagai bagian dari kegiatan ini, mahasiswi KKN UINSU juga melakukan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM yang berada di lokasi bazar. Adapun informasi-informasi yang didapat mahasiswi KKN dari hasil wawancara yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Wawancara.

No.	Subjek	Pertanyaan	Tanggapan
1.	Winda	Bagaimana pendapat ibu tentang kegiatan bazar yang diselenggarakan oleh mahasiswa KKN?	Bagus tentunya untuk pemasukan, banyak pembeli baru dan juga fasilitasnya sudah sesuai dan standar untuk penjual seperti saya.
2.	Lisdayani	Bagaimana pendapat ibu tentang kegiatan bazar yang diselenggarakan oleh mahasiswa KKN?	Pendapatan saya lebih banyak dari pada hari biasanya,dan juga banyak dapat teman baru disini khususnya sesama penjual dan pembeli baru.
3.	Duwi	Bagaimana pendapat ibu tentang kegiatan bazar yang diselenggarakan oleh mahasiswa KKN?	Meskipun banyak penjual lain, tetapi pemasukan saya juga meningkat, karena persaingan bisnis berlangsung secara sehat dan tentunya tertib tanpa keributan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pelaku UMKM, dapat diketahui bahwa kegiatan bazar yang diselenggarakan mahasiswa KKN memberikan dampak positif baik dari sisi ekonomi maupun sosial. Winda menilai bazar sangat bagus karena meningkatkan pemasukan, menghadirkan banyak pembeli baru, serta fasilitas yang disediakan sudah sesuai standar bagi penjual. Hal serupa disampaikan Lisdayani yang merasakan pendapatannya lebih banyak dibanding hari biasanya, selain itu ia juga memperoleh banyak teman baru baik sesama penjual maupun pembeli. Sementara itu, Duwi menyampaikan meskipun terdapat banyak penjual lain, pendapatannya tetap meningkat karena persaingan berlangsung secara sehat dan tertib tanpa keributan. Hal ini menunjukkan bahwa bazar tidak hanya memberikan manfaat ekonomi berupa peningkatan pendapatan, tetapi juga memperluas jaringan sosial serta menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi para pelaku UMKM (Barts, 2021).

Gambar 3. Dokumentasi.

Bazar UMKM yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha. Dari sisi ekonomi, para penjual merasakan adanya peningkatan pendapatan dibanding hari biasa serta hadirnya pembeli baru yang memperluas pasar mereka. Dari sisi sosial, kegiatan ini juga membuka peluang terbentuknya relasi baru baik antar penjual maupun dengan konsumen, sehingga menambah jaringan usaha. Selain itu, pelaksanaan bazar dinilai berjalan tertib, dengan fasilitas yang memadai dan persaingan yang sehat sehingga memberikan kenyamanan bagi peserta. Dengan demikian, bazar UMKM terbukti tidak hanya meningkatkan penghasilan, tetapi juga memperkuat hubungan sosial dan menciptakan suasana usaha yang kondusif (Kartini et al., 2021)

Walaupun demikian, penelitian juga menemukan sejumlah tantangan internal yang dihadapi UMKM, seperti minimnya pendanaan, kualitas sumber daya manusia yang masih perlu ditingkatkan, dan juga kreatifitas mengenai produk yang terjual sehingga terdapat kesamaan dalam penjualan produk. Faktor – faktor tersebut menjadi hambatan utama dalam pengembangan kemampuan dan pertumbuhan usaha mereka. Kendala internal tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan pemberdayaan UMKM sangat bergantung pada dukungan yang berkelanjutan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga terkait lainnya. Kegiatan bazar harus didukung dengan strategi yang mampu mengatasi permasalahan tersebut agar manfaatnya dapat bertahan jangka panjang.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa kegiatan bazar yang dilakukan mahasiswa KKN mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan dan potensi UMKM di Desa Selayang, sehingga mampu memotivasi pelaku usaha untuk lebih aktif memasarkan produk mereka secara mandiri. Hal ini juga dapat meningkatkan rasa bangga terhadap produk lokal dan potensi ekonomi desa (Putri, 2024).

Gambar 4. Dokumentasi.

Dari Gambar di atas terlihat antusias masyarakat Desa Selayang yang hadir dalam bazar. Bazar sebagai saluran pemasaran dan alat pemasaran produk, memperkenalkan konsumen kepada mitra UMKM. Ini juga sebagai bentuk dukungan terhadap UMKM yang bersedia menjadi mitra acara bazar. Sebagai elemem fundamental perekonomian nasional, diperlukan suasana yang kondusif untuk mengembangkan pasar domestik UMKM agar menjadi pilar perekonomian nasional. Berdasarkan pernyataan tersebut, sebagai bentuk persyaratan, mahasiswa KKN UINSU menawarkan kesempatan kepada UMKM untuk memperluas pasar. Salah satu bentuk strategi pemasaran adalah kerja sama yang saling menguntungkan untuk memperluas wilayah pasar. Hal itu diraih kerja sama mahasiswa KKN UINSU dan minta UMKM dalam menyelenggarakan bazar ini.

Dalam menyelenggarakan bazar, pelaku UMKM yang hadir harus mampu menarik konsumennya sendiri. Tentunya mahasiswa KKN UINSU juga ikut memasarkan produk UMKM, dan semua UMKM antusias dalam menghias atau mendekorasi produk dan stan untuk menarik perhatian konsumen. Melalui peluang dan saluran pemasaran dalam bentuk bazar, diharapkan UMKM memperoleh wilayah pasar yang lebih luas yang tidak terfokus pada konsumen di wilayahnya sendiri. Acara bazar juga diharapkan dapat meningkatkan kreativitas mahasiswa dan pelaku UMKM dalam memasarkan produknya (Rona Octavia Mawaddah & Yanda Bara Kusuma, 2023).

Kegiatan bazar yang didukung oleh peran aktif mahasiswa KKN di Desa Selayang menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM melalui media promosi dan interaksi sosial

mampu memberikan dampak positif yang nyata. Bazar tidak hanya meningkatkan pendapatan dan memperluas jaringan pemasaran bagi pelaku UMKM, tetapi juga memperkuat hubungan sosial dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi dan keberadaan produk lokal. Meskipun terdapat berbagai tantangan internal seperti keterbatasan pendanaan dan sumber daya manusia, kolaborasi yang terus berkelanjutan antara mahasiswa, pemerintah, dan masyarakat diharapkan dapat mendorong keberlangsungan perkembangan ekonomi desa secara lebih optimal dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi penting dalam mengembangkan strategi pemberdayaan ekonomi desa secara berkelanjutan dan efektif di masa depan. kegiatan bazar yang dilakukan oleh mahasiswa KKN di Desa Selayang memiliki dampak positif terhadap pengembangan ekonomi UMKM melalui peningkatan pemasaran, perluasan jaringan, dan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap produk lokal. Kegiatan ini mampu meningkatkan pendapatan pelaku UMKM dan memperkuat hubungan sosial di kalangan masyarakat desa. Selain itu, kegiatan bazar juga memperlihatkan bahwa pemberdayaan ekonomi desa tidak hanya sebatas transaksi ekonomi, tetapi juga menciptakan suasana usaha yang kondusif dan mempererat hubungan sosial.

Penelitian ini juga menemukan adanya tantangan internal yang dihadapi oleh UMKM, seperti minimnya pendanaan, kualitas sumber daya manusia yang perlu ditingkatkan, serta kreativitas dalam inovasi produk. Hambatan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan program pemberdayaan UMKM sangat bergantung pada dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga terkait lainnya.

Oleh karena itu, kegiatan bazar yang didukung oleh peran aktif mahasiswa KKN dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam meningkatkan daya saing dan membangun ekosistem yang mendukung keberlangsungan usaha UMKM. Untuk mencapai manfaat jangka panjang, diperlukan strategi yang mampu mengatasi hambatan internal tersebut, serta memperkuat sinergi antara mahasiswa, pemerintah, dan masyarakat desa. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan mampu menjadi model pemberdayaan ekonomi desa yang berkelanjutan dan berkontribusi dalam pengembangan ekonomi lokal secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

Azizil Yudaruddin, Y., Lesmana, S. D. A., Sari, D. K., Ramadhani, R., & Juwari, J. (2023). Implementasi kegiatan bazar UMKM sebagai upaya dalam memperkuat ketahanan pangan di Kelurahan Amborawang Darat. *Jurnal Abdi Masyarakat Ilmu Ekonomi (JAMIE)*, 5(2), 60–68. https://doi.org/10.36277/jamie.v5i2.312

Barts, H. (2021). Implementasi kegiatan bazar UMKM sebagai upaya dalam memperkuat ketahanan pangan di Kelurahan Amborawang Darat. *Abdimas Siliwangi*, 4(1), 363–370.

Bringle, R. G., & Hatcher, J. A. (2000). Institutionalization of service learning in higher education. *Journal of Higher Education*, 71(3), 273–290. https://doi.org/10.1080/00221546.2000.11780823

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.

Eyler, J., Giles, D. E., Stenson, C. M., & Gray, C. J. (2001). *At a glance: What we know about the effects of service-learning on college students, faculty, institutions and communities, 1993–2000*. Vanderbilt University.

Jacoby, B. (1996). *Service-learning in higher education: Concepts and practices*. Jossey-Bass.

Kartini, A. M., Patricia, B. F., Bagasunanda, E., Muzakki, M. F., Baihaqi, M. S., Mahmudah, N., Marlano, R., & Kartika, L. (2021). Strategi peningkatan kapasitas UMKM melalui program pemberdayaan di wilayah Jakarta Timur. *Agrokreatif*, 7(3), 209–220. https://doi.org/10.29244/agrokreatif.7.3.209-220

Mawaddah, R. O., & Kusuma, Y. B. (2023). Pendampingan pada masyarakat dalam peningkatan pendapatan melalui program bazar Ramadhan di Desa Laweyan. *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara*, 2(3), 89–96. https://doi.org/10.58374/jmmn.v2i3.174

Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.

Putri, A. (2024). Peran mahasiswa dalam mendukung pertumbuhan UMKM di Kota Bengkulu. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 2(4), 1193–1199. https://doi.org/10.59407/jpki2.v2i4.1071

Scarborough, N. M. (2016). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (8th ed.). Pearson Education.

Sinclair, J. A. (2011). *Service-learning essentials: Questions, answers, and lessons learned*. Jossey-Bass.

Syah, M. R. A. A. S., Rijal, S., Rahmadin, T. P., Nisa, T. R. C., & Murdianto, M. (2025). Perluasan jangkauan pasar dan peningkatan keterampilan pengolahan pala melalui pengembangan jejaring sosial UMKM Dapur Pala. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(1), 82–92. https://doi.org/10.29244/agrokreatif.11.1.82-92

Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. Ghalia Indonesia.

Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2020). *Economic development* (13th ed.). Pearson.

Ward, K., & Wolf-Wendel, L. (2000). Community service learning and social capital development. *Journal of Higher Education*, 71(1), 52–66.