

## PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PENINGKATAN PEMASARAN UMKM DESA DERSANSARI PADA ACARA EXPO UMKM & GELAR BUDAYA KECAMATAN SURUH 2025

Wanda Bilqis<sup>1</sup>, Refliana Aprilia Diana Zulfa<sup>2</sup>, Alayya Iqna Annajwa<sup>3</sup>, Mutiara Ainul Hikmah<sup>4</sup>, Nandanissa Wahida<sup>5</sup>, Atika Salma Falihah<sup>6</sup>, Muhammad Alvin Faiz Adzikra<sup>7</sup>, Firman Andriyanto<sup>8</sup>, M Alvin Anangsyah<sup>9</sup>, Budi Utomo<sup>10</sup>

Universitas Islam Negeri, Jl. Lkr. Salatiga No.Km. 2, Pulutan, Kec. Sidorejo, Kota Salatiga

\*) Korespondensi ([alayyanajwaaa@gmail.com](mailto:alayyanajwaaa@gmail.com))

### ABSTRAK

<b>Tujuan</b>	Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana kegiatan pemasaran UMKM Desa Dersansari pada kegiatan Expo UMKM & Pameran Budaya 2025 dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkenalkan produk UMKM dengan tetap memberikan dukungan prinsip kolaborasi, melibatkan platform sosial dan pelaku UMKM.
<b>Metodologi</b>	Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan pemdampingan seraca langsung di lokasi guna memperoleh informasi secara mendalam tentang proses pemberdayaan dan pemasaran UMKM Desa Dersansari pada acara Expo UMKM & Gelar Budaya Kecamatan Suruh 2025.
<b>Hasil</b>	Pemberdayaan masyarakat melalui acara Expo UMKM & Gelar Budaya 2025 Kecamatan Suruh melibatkan kegiatan pemasaran produk UMKM yang menyeluruh dan terstruktur, termasuk penataan booth yang menarik sebagai sarana promosi produk UMKM. Selama acara, pencatatan transaksi dilakukan secara rinci untuk membangun manajemen pelanggan yang terorganisir serta mempermudah promosi dimasa depan. Data penjualan produk UMKM Desa Dersansari mengalami peningkatan. Pendampingan kepada pelaku UMKM dilakukan sebelum, saat, dan sesudah expo dengan pendekatan ABCD. Pelatihan inovasi produk, strategi pemasaran, dan teknik kemasan diberikan untuk meningkatkan daya tarik produk. Selama expo, tim fasilitator mendukung pelaku UMKM dalam mempresentasikan dan membangun hubungan jangka panjang. Setelah expo, pendampingan berfokus pada evaluasi umpan balik dan pengembangan produk agar sesuai dengan tren pasar. Wawancara dengan pelaku UMKM mengungkapkan keberhasilan expo dalam memperluas pengenalan produk dan meningkatkan volume penjualan secara berkelanjutan. Keterlibatan pemerintah desa dan interaksi langsung dengan konsumen memperkuat pemberdayaan ekonomi masyarakat. Secara keseluruhan, acara ini efektif sebagai platform pengembangan kapasitas UMKM menuju peningkatan ekonomi desa berkelanjutan.
<b>Keterbatasan Penelitian</b>	Penelitian ini menggunakan data dari wawancara yang terbatas, sehingga tidak mencakup seluruh perspektif pelaku UMKM atau konsumen.

	Pengumpulan data yang lebih luas juga diperlukan dalam penelitian ini dengan melibatkan metode lain seperti survei, observasi, dan studi kasus.
<b>Kata kunci</b>	<i>Pendampingan, Pemasaran, Pemberdayaan Ekonomi, UMKM</i>

## ABSTRACT

<b>Purpose</b>	The purpose is to find out how the marketing activities of UMKM in Dersansari Village during the Expo UMKM & Cultural Exhibition 2025 can help improve community welfare and introduce UMKM products while providing support with the principle of collaboration, involving social platforms and MSME actors.
<b>Methodology</b>	This research methodology uses a qualitative approach with data collection techniques through interviews, documentation, and direct on-site accompaniment to obtain in-depth information about the empowerment and marketing processes of UMKM in Dersansari Village during the 2025 UMKM Expo & Cultural Exhibition In Suruh District.
<b>result</b>	Community empowerment through the Expo UMKM & Cultural Exhibition 2025 in Suruh District involved comprehensive and structured marketing activities for UMKM products, including attractive booth arrangements serving as both promotional tools and representations of UMKM creativity. Detailed transaction recording was implemented to establish an organized customer management system and facilitate future promotions. Sales data showed a significant increase in UMKM products from Desa Dersansari. Mentoring for UMKM actors was provided before, during, and after the expo using a holistic approach. Training focused on product innovation, marketing strategies, and packaging techniques to enhance product appeal. During the Expo, facilitators supported UMKM participants in product presentation and building long-term relationships with consumers. Post-expo mentoring emphasized feedback evaluation and product development aligned with market trends. Interviews with UMKM actors revealed the expo's success in expanding product recognition and increasing sustainable sales volume. The involvement of village government and direct interaction with consumers strengthened community economic empowerment. Overall, the event proved effective as a platform for capacity building toward sustainable economic growth in the village.
<b>Research Limitations</b>	This research relies on data from limited interviews, so it does not encompass the entire perspectives of MSME actors or consumers. Broader data collection is also needed in this research by involving other methods such as surveys, observations, and case studies.
<b>Key words</b>	<i>MSME, Expo, Accompaniment Marketing, Economic Empowerment</i>

## PENDAHULUAN

Salah satu upaya universitas untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah diselenggarakannya Praktikum Pengabdian Masyarakat (PPM) atau Kuliah Kerja Nyata (KKN). Program PPM memberikan pendidikan kepada mahasiswa dengan melibatkan mahasiswa pada masalah kemasyarakatan secara langsung. Tujuan dari program PPM/KKN yakni untuk

mewujudkan perubahan sosial yang lebih berkeadilan dan humanis melalui pemberdayaan yang terukur dan berkelanjutan dalam rangka upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Pendekatan yang digunakan dalam PPM/KKN yakni *Aset Based Community Development* (ABCD) yang menyorot keadaan nyata masyarakat sebagai suatu aset yang menyimpan potensi. Alih-alih memusatkan perhatian pada masalah atau kekurangan yang dihadapi masyarakat, ABCD mendorong untuk melihat kekuatan, sumber daya, dan aset yang dimiliki oleh komunitas. Pendekatan ini mengakui bahwa masyarakat memiliki pengetahuan, keterampilan, dan jaringan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan pembangunan. Pendekatan ABCD tidak hanya berfokus pada penyelesaian masalah, tetapi juga berusaha memanfaatkan internal masyarakat untuk menciptakan perubahan yang berkelanjutan (Najamudin & Fajar, 2024).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pilar kekuatan perekonomian nasional (Ibrahim, 2022). UMKM memiliki dampak yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta dalam pengurangan angka pengangguran. UMKM berfungsi sebagai kerangka inisiatif kewirausahaan dan menciptakan lingkungan kewirausahaan yang bebas, yang merupakan elemen penting dalam membangun ekonomi yang kompetitif (Pradana & Sumiyana, 2023). Biasanya, UMKM atau pedagang rumahan memiliki penghasilan yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan pengusaha dari kategori menengah dan besar. Hal ini disebabkan oleh lingkup penjualan yang terbatas serta kurangnya fasilitas dan modal penjualan (Wibowo, dkk, 2023). Oleh sebab itu, pemberdayaan UMKM dalam lingkup desa merupakan satu langkah yang sangat diperlukan untuk menunjang terwujudnya peningkatan perekonomian desa.

Desa Dersansari yang terletak di Kecamatan Suruh Kabupaten Semarang memiliki beragam UMKM yang menjanjikan. Namun, para pelaku UMKM di desa ini menghadapi kendala signifikan dalam hal pemasaran. Akses terbatas ke pasar yang lebih luas menjadi salah satu tantangan utama yang menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka. Menindaklanjuti hal tersebut, Desa Dersansari mengambil langkah proaktif dengan mengangkat produk-produk UMKM untuk diperkenalkan dan dipasarkan dalam Expo dan Gelar Budaya Kecamatan Suruh 2025. Berbagai produk UMKM Desa Dersansari, seperti tahu pong, kripik waluh, gethuk krispi, keterampilan bunga, dan produk kuliner lain dipasarkan dalam acara tersebut. Pendampingan yang diberikan Desa Dersansari kepada para pelaku UMKM mencakup pelatihan mengenai strategi pemasaran, manajemen usaha, serta pemanfaatan platform digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Melalui upaya ini, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan, sehingga mampu bersaing di pasar yang lebih besar. Selain itu, partisipasi dalam expo ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan dan potensi produk lokal, yang pada gilirannya dapat berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian desa. Partisipasi dalam kegiatan ini diharapkan dapat menyediakan platform yang lebih luas bagi produk lokal, sehingga meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM di tingkat regional.

Penelitian ini memiliki manfaat yang signifikan, yaitu menyediakan referensi untuk memberdayakan UMKM dalam meningkatkan perekonomian desa. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk melakukan pendampingan dengan prinsip kolaborasi, yang melibatkan platform sosial serta pelaku UMKM. Dengan pendekatan ini, diharapkan tercipta peluang pasar yang lebih luas melalui penggabungan penjualan secara online dan offline. Harapannya, langkah ini dapat mendorong UMKM untuk berkembang dan naik kelas dalam bisnis mereka.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menggali lebih dalam mengenai indormasi pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan pemasaran UMKM Desa Dersansari pada acara Expo UMKM & Gelar Budaya Kecamqatan Suruh 2025. Menurut Creswell (dalam

Syamsuddin, dkk, 2023) metode kualitatif adalah cara yang melibatkan langkah-langkah penting, seperti mengajukan pertanyaan dan mengikuti prosedur tertentu, mengumpulkan data yang detail dari para peserta, menganalisis data dengan cara memulai dari hal-hal khusus menuju hal-hal yang lebih umum, serta menafsirkan makna dari data tersebut.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, dokumentasi, dan juga pendampingan langsung di lokasi. Menurut Helaluddin & Wijaya (dalam Syamsuddin, dkk, 2023) menyatakan wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan dialog secara langsung antara peneliti dengan orang yang diwawancara terkait dengan topik penelitian dengan tujuan agar terjadi pertukaran informasi. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan secara terstruktur dimana pertanyaan sudah disusun dan ditetapkan sebelumnya, serta diajukan dalam urutan yang sama pada semua responden. Responden yang terlibat dalam wawancara antara lain: pelaku UMKM, pemerintah desa, dan juga pihak-pihak terkait lainnya untuk memahami, latar belakang, tujuan, harapan serta kendala yang dihadapi.

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data tertulis, foto serta rekaman kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas pemasaran UMKM serta pelaksanaan expo. Selain itu pendampingan langsung di tempat dilaksanakan untuk mengamati secara langsung proses pemasaran dan interaksi antara pelaku UMKM dengan pengunjung expo, sehingga dapat memperoleh secara langsung gambaran nyata tentang dinamika dan efektivitas kegiatan pemberdayaan. Kombinasi ketiga teknik tersebut bertujuan untuk memastikan validitas serta memberikan analisis yang menyeluruh mengenai peran kegiatan pemasaran dalam meningkatkan kesajteraan masyarakat Desa Dersansari.

## HASIL

Pemberdayaan masyarakat melalui acara Expo UMKM & Gelar Budaya 2025 Kecamatan Suruh memiliki kegiatan pemasaran produk UMKM yang dilakukan secara menyeluruh serta terstruktur, mencakup penghiasan booth yang menarik yang tidak hanya sebagai saran promosi produk tetapi juga sebagai representasi kreativitas serta keunaikan UMKM. Penataan booth yang mecolok dan informatif bertujuan menarik perhatian pengunjung ahli dan praktisi pemasaran berdasarkan kriteria estetika, inovasi, serta kemampuan menarik konsumen.



Gambar 1. Menghias booth EXPO UMKM Desa Dersansari

Selain itu, terdapat pencatatan rinci yang diterapkan selama expo berlangsung. Setiap transaksi penjualan dicatat secara terperinci meliputi jumlah yang terjual jenis produk, dan indentitas pembeli. Pelaku UMKM memberi nomor transaksi dan data pelaku UMKM kepada konsumen, sebagai bentuk upaya membangun manajemen pelanggan yang lebih terstruktur

serta mempermudah tindak lanjut untuk promosi produk dimasa depan dan pengembangan hubungan pemasaran yang sistematis. Data penjualan selama Expo UMKM & Gelar Budaya Kecamatan Suruh 2025 menunjukan bahwa produk-produk UMKM Desa Dersansari laku cukup baik dan mengalami peningkatan penjualan. Produk seperti kerajinan tangan, dan makanan olahan banyak terjual. Hal ini menunjukan bahwa expo tersebut berhasil membantu memperkenalkan prosuk UMKM kepada lebih banyak pembeli dan mendukung peningkatan usaha para pelaku UMKM di Desa Dersansari.

Pendampingan kepada pelaku UMKM sebelum pelaksanaan Expo & Gelar Budaya Kecamatan Suruh 2025 dirancang dengan pendekatan yang holistik, mencakup pelatihan inovasi produk dan strategi pemasaran. Pada tahap awal ini, pelaku UMKM diberi pemahaman tentang pentingnya inovasi dalam menciptakan produk yang relevan dengan kebutuhan pasar. Melalui sesi pelatihan yang interaktif, mereka didorong untuk berpikir kreatif dan mencoba mengembangkan ide-ide baru yang dapat meningkatkan daya tarik produk mereka.

Pelatihan ini juga mencakup teknik pengemasan yang menarik, karena kemasan yang baik dapat menjadi faktor penentu dalam menarik perhatian konsumen. Pelaku UMKM diajarkan bagaimana cara menyampaikan nilai produk mereka secara efektif, sehingga konsumen dapat memahami keunggulan dan manfaat dari produk lokal yang ditawarkan.

Saat acara expo berlangsung, pendampingan pemasaran menjadi elemen kunci untuk memastikan produk UMKM dapat dipasarkan dengan efektif. Tim fasilitator hadir untuk memberikan dukungan langsung, membantu pelaku UMKM dalam menjalin interaksi dengan konsumen. Mereka diberikan tips dan trik tentang cara menarik perhatian pengunjung, seperti cara menyusun stan yang menarik, teknik presentasi produk, dan cara menjawab pertanyaan konsumen dengan percaya diri. Pendampingan ini bertujuan untuk tidak hanya meningkatkan penjualan selama acara, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen, yang penting untuk keberlanjutan usaha mereka.

Setelah expo, fokus pendampingan berlanjut pada pengembangan produk. Pelaku UMKM diberikan arahan untuk mengevaluasi umpan balik yang diterima selama acara. Mereka didorong untuk menganalisis apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki, serta mengidentifikasi tren baru yang muncul dari interaksi dengan konsumen. Dengan dukungan ini, mereka dapat terus berinovasi, menyesuaikan produk mereka agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar yang dinamis.

Hasil wawancara dengan sejumlah pelaku UMKM mengungkapkan bahwa acara ini membantu pemasaran produk mereka secara efektif dan membuat produk lebih dikenal luas oleh masyarakat. Dengan pengenalan produk yang lebih intensif melalui acara ini, terbuka peluang pasar baru serta peningkatan volume penjualan secara berkelanjutan.



Gambar 2. Wawancara dengan salah satu pelaku UMKM



Gambar 3. Foto bersama perangkat desa pada acara EXPO

Pelaksanaan EXPO UMKM & Gelar Budaya Kecamatan Suruh 2025 menunjukkan implementasi pemasaran produk UMKM Desa Dersansari yang terstruktur melalui penataan booth yang menarik dan pencatatan transaksi yang sistematis. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan eksposur produk lokal tetapi juga memperluas jaringan pemasaran serta mendorong peningkatan penjualan. Interaksi langsung dengan konsumen dan keterlibatan pemerintah desa memperkuat pemberdayaan ekonomi masyarakat. Data yang terkumpul menggambarkan efektifitas acara sebagai platform strategis untuk pengembangan kapasitas UMKM secara berkelanjutan di tingkat desa.

## KESIMPULAN

Pelaksanaan penyelenggaraan pendampingan pelaku UMKM pada acara EXPO & Gelar Budaya Kecamatan Suruh 2025 mampu mengenalkan serta memasarkan produk UMKM lokal dalam ranah regional. Partisipasi dalam Expo UMKM & Gelar Budaya Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang tahun 2025 juga meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan dan potensi produk lokal. Pelaku UMKM mengungkapkan bahwa kegiatan ini memberikan mereka platform untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, yang membantu membangun hubungan yang lebih kuat dan kepercayaan terhadap produk mereka.

Selama Expo UMKM & Gelar Budaya 2025, pendampingan menjadi aspek penting bagi pelaku UMKM. Tim fasilitator memberikan konsultasi tentang pemasaran dan pengelolaan produk, membantu mereka membangun sistem pemasaran yang terorganisir. Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan, para pelaku UMKM belajar untuk memanfaatkan strategi pemasaran yang lebih efektif, termasuk penggunaan media sosial dan platform digital lainnya. Dengan demikian, mereka tidak hanya mampu menjangkau pasar yang lebih luas tetapi juga meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan.

Penjualan selama Expo UMKM & Gelar Budaya menunjukkan bahwa produk-produk UMKM Desa Dersansari sangat baik dan mengalami peningkatan penjualan. Hasil wawancara menunjukkan pelaku UMKM merasa kegiatan ini dapat memperluas pengenalan produk dan meningkatkan penjualan. Kegiatan ini berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui peningkatan kapasitas pemasaran UMKM. Keberhasilan penjualan selama acara ini menunjukkan adanya potensi yang besar bagi UMKM Desa Dersansari untuk berkembang lebih jauh.

## REFERENSI

- Ibrahim, H. R. (2022). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Pendekatan Inovasi Sosial dan *Collaborative Governance. Ilmu dan Budaya*.
- Najamudin, F., & Fajar, A. A. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Sumber Daya Lokal Melalui Pendekatan Abcd Untuk Mencapai SDG 1: Tanpa Kemiskinan. *Jurnal Pekerjaan Sosial*.
- Pradana, N. W., & Sumiyana. (2023). Analisis Kebutuhan UMKM Indonesia dengan Menggunakan Pendekatan Penalaran Hierarki Maslow Secara Organisasional . *ABIS: Accounting and Business Information System Journal*.
- Syamsuddin, dkk. (2023). Dasar-Dasar Metode Penelitian Kualitatif. Lombok Tengah: Yayasan Hamjah Diha
- Wibowo, M. A., dkk. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Peningkatan Pemasaran Pada Usaha Kerupuk "Damai" di Dusun Bongan Ke. Blotongan Kota Salatiga. *Judimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.