

Implementasi Inovasi Bazar Ramadhan sebagai Upaya Pemberdayaan UMKM dalam Meningkatkan Perekonomian Desa Badransari Kecamatan Punggur Lampung Tengah

Rizal Saifudin^{*1}, Syahrul Ramadhan², Ahmad Mulyadi³, Alivia Nasya Avifatusyafira⁴, Kurnia Azizah⁵, Dina widi Astuti⁶, Vidatur Rofi'ah⁷, Umar Alfaruq A. Hasyim⁸, Irhamudin⁹
Universitas Ma'arif Lampung

*Koresponden: ✉ [*rizalsaifudin@gmail.com](mailto:rizalsaifudin@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi inovasi Bazar Ramadhan sebagai upaya pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Badransari, Kecamatan Punggur, Lampung Tengah. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR) yang melibatkan pelaku UMKM, Karang Taruna, dan masyarakat setempat. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi bazar yang diterapkan, seperti penggunaan flyer sebagai media promosi, sistem rekrutmen (hiring) pelaku UMKM secara aktif, serta kolaborasi dengan Karang Taruna, mampu meningkatkan efektivitas pemasaran dan pendapatan pelaku usaha. Selain itu, konsep bazar yang terpusat pada satu lokasi memberikan kemudahan akses bagi para konsumen serta menciptakan efisiensi dalam proses penjualan. Kegiatan ini juga mendorong terbentuknya interaksi sosial dan kerja sama antar pelaku usaha serta Masyarakat setempat.

Riwayat Naskah

Received: 19-April-2026

Revised : 02-May-2026

Accepted: 20 May-2026

Kata Kunci:

*Bazar Ramadhan;
UMKM; Promosi Flyer;
Rekrutmen UMKM;
Kolaborasi Karang
Taruna*



© 2026 Rizal Saifudin et.al

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Perekonomian desa memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan nasional yang berkesinambungan. Pada konteks kali ini, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis yaitu sebagai penggerak perekonomian lokal yang mampu menciptakan lapangan kerja bagi Masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan Masyarakat. UMKM juga menjadi bagian yang adaptif dalam menghadapi perubahan dinamika perekonomian desa yang berbasis pada potensi lokal yang dimiliki desa. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari (Bagus 2025) yang mengatakan bahwa UMKM merupakan

Implementasi Inovasi Bazar Ramadhan sebagai Upaya Pemberdayaan UMKM ... salah satu cabang di bidang ekonomi yang memberikan pengaruh yang signifikan bagi perkembangan perekonomian di Indonesia.

Peran UMKM dalam perekonomian desa tidak terlepas dari kemampuan yang mereka miliki dalam memenuhi kebutuhan Masyarakat dengan menghidupkan aktivitas ekonomi di lingkungan sekitar Masyarakat. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat and L 2025) menunjukkan bahwa UMKM memiliki kemampuan dalam meningkatkan dinamika pada pasar lokal dengan memberikan kontribusi secara nyata terhadap pemenuhan kebutuhan Masyarakat dengan berbagai produk yang tersedia. Meskipun demikian, pelaku UMKM masih menghadapi kendala-kendala yang lain, terutama yaitu dalam bidang pemasaran dan akses pasar yang terbatas. Permasalahan utamanya adalah kurangnya optimalisasi dalam pemanfaatan teknologi serta strategi pemasaran yang masih bersifat tradisional. Pernyataan di atas di perkuat dengan hasil penelitian dari (Kiromah and Nuryami 2024) yang mengutarakan jika tidak sedikit pelaku UMKM tidak mempunyai bekal mengenai cara pemasaran produk secara efektif, sehingga jangkauan pasar yang mereka dapat hanya sedikit. Sedangkan menurut penelitian dari (Haholongan et al. 2024) menunjukkan bahwa pengembangan pemasaran yang dilakukan melalui digitalisasi membawa pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan jangkauan pasar dan pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM.

Upaya yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu diperlukan strategi yang mampu untuk mempertemukan pelaku UMKM dengan konsumen secara langsung. Salah satu bentuk yang efektif untuk lingkup desa adalah melalui kegiatan bazar. Bazar dapat dijadikan sebagai media pemasaran yang dapat meningkatkan visibilitas produk serta memperluass jaringan usaha, terutama jika dilakukan secara kolaboratif dan tersusun secara matang, menurut pendapat (Khotimah et al. 2025) bazar yang berbasis kolaborasi dapat menjadi wadah yang sangat efektif dalam mendukung pemberdayaan UMKM dan pengembangan ekonomi lokal. Selain itu menurut (Anas et al. 2025) pengadaan bazar sebagai sarana serta cara untuk memperluas jangkauan pasar bagi para pelaku UMKM. Pada momentum kali ini yaitu bulan Ramadhan, menjadi peluang paling strategis dalam pelaksanaan bazar, mengingat meningkatnya aktivitas konsumsi masyarakat, terkhusus pada bagian kuliner karena Sebagian besar Masyarakat desa akan berburu takjil menjelang waktu berbuka, dalam penelitian oleh (Melina et al. 2024) menunjukkan bahwa kegiatan bazar Ramadhan terbukti mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMKM serta dapat mendorong perputaran ekonomi masyarakat secara lokal. Hal ini juga diperkuat oleh (Agustin 2025) yang mengatakan bahwa hasil dari bazar Ramadhan bukan hanya dapat meningkatkan pendapatan bagi para pelaku UMKM tetapi juga membawa dampak berupa perluasan jangkauan pasar.

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, pelaksanaan Bazar Ramadhan di Desa Badransari, Kecamatan Punggur, Lampung Tengah merupakan salah satu bentuk inovasi dalam memberdayakan UMKM lokal yang

Implementasi Inovasi Bazar Ramadhan sebagai Upaya Pemberdayaan UMKM ... melibatkan kolaborasi antara mahasiswa KKS, Karang Taruna Desa Badransari, UMKM Desa Badransari, dan Masyarakat setempat. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan bertujuan untuk memberikan pemaparan mengenai implementasi inovasi Bazar Ramadhan sebagai Upaya pemberdayaan UMKM untuk meningkatkan perekonomian desa.

METODOLOGI PENGABDIAN

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pendekatan PAR (*Participatory Action Research*) yang Dimana metode ini menekankan pada keterlibatan Masyarakat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi (Zunaidi 2024). Metodologi pengabdian kepada masyarakat pendekatan praktis untuk memberdayakan komunitas. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberdayakan Masyarakat secara langsung serta mendorong perubahan sosial melalui keterlibatan secara aktif. Metode PAR ini juga memungkinkan bagi peneliti dan Masyarakat untuk bekerja secara kolaboratif dalam mengidentifikasi permasalahan serta mencari Solusi yang sesuai dengan kondisi yang sedang dihadapi. Pada konteks ini, mahasiswa Kuliah Kerja Sosial (KKS) tidak hanya menjalankan peran sebagai pelaksana program, tetapi juga sebagai fasilitator yang mendampingi pelaku UMKM di Desa Badransari. Subjek dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM Desa Badransari, Karang Taruna Desa Badransari dan Masyarakat setempat yang terlibat dalam pelaksanaan bazar Ramadhan yang berlokasi di halaman Masjid At-Taubah Dusun I desa Badransari selama 3 hari terhitung dari tanggal 3 Maret dan berakhir pada tanggal 5 Maret.

Pengumpulan data pada kegiatan ini dilakukan dengan beberapa teknik, yaitu melalui observasi langsung yang dilakukan saat bazar Ramadhan sedang berlangsung dengan tujuan untuk melihat proses pelaksanaan serta aktivitas yang dilakukan oleh pelaku UMKM, konsumen, dan Masyarakat setempat. Teknik yang selanjutnya yaitu wawancara, dilakukan kepada pelaku UMKM yang mengikuti kegiatan bazar Ramadhan untuk mengetahui apa dampak yang mereka dapat dari kegiatan yang berlangsung. Teknik pengumpulan data yang terakhir adalah melalui dokumentasi yang berisi foto kegiatan bazar Ramadhan yang berlangsung selama 3 hari. Data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi kemudian diolah menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara mengelompokkan, menjelaskan, dan menarik Kesimpulan dari data yang sudah diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Bazar Ramadhan di Desa Badransari melibatkan 8 pelaku UMKM, termasuk Karang Taruna yang berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Bazar Ramadhan dilaksanakan secara terpusat di halaman Masjid At-Taubah dusun I, yang menjadi lokasi strategis karena berada di titik aktivitas Masyarakat dan yang mudah dijangkau masyarakat, khususnya saat menjelang waktu berbuka puasa.

1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Berdasarkan dari hasil observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM dan konsumen, berikut hasil yang diperoleh:

Tabel 1. Dampak Pelaksanaan Bazar Ramadhan terhadap UMKM

No	Indikator	Hasil Temuan
1.	Sistem Penjualan	Pelaku UMKM tidak perlu berkeliling seperti biasanya, mereka cukup berjualan di satu titik.
2.	Akses Pembeli	Pembeli lebih mudah dalam mendapatkan takjil tanpa harus ke pusat kota.
3.	Pendapatan	Peningkatan omset para pelaku UMKM.
4.	Efektivitas	Para pelaku UMKM merasa lebih efektif dan efisien dalam berjualan dengan adanya bazar Ramadhan.
5.	Respon Pelaku Usaha	UMKM berharap bazar diperpanjang (tidak hanya 3 hari) dan diadakan lagi di tahun berikutnya.

Hasil diatas menunjukkan jika konsep bazar yang terpusat di satu titik memberikan kemudahan bagi penjual maupun pembeli. Para pelaku UMKM merasa terbantu karena mereka tidak perlu berkeliling untuk menjajakan dagangannya, sedangkan para pembeli merasa terbantu karena mereka dapat dengan mudah memperoleh berbagai takjil di satu tempat tanpa harus jauh-jauh mencari ke pusat kota.

Selain itu, hasil wawancara menunjukkan bahwa Sebagian besar pelaku UMKM merasa kegiatan Bazar ini memberikan keuntungan yang lebih banyak dibandingkan dengan berjualan secara individu, karena mereka tidak perlu susah-susah mencari tempat yang strategis secara mandiri untuk menarik perhatian para konsumen .

2. Pembahasan

Temuan ini menunjukkan jika inovasi bazar Ramadhan yang berlaku dapat memecahkan permasalahan utama para pelaku UMKM, terkhusus dalam hal pemasaran dan perluasan jangkauan pasar. Dengan diberlakukannya sistem terpusat pada satu titik maka terjadi peningkatan dalam proses pemasaran dan juga peningkatan interaksi antara penjual dan pembeli. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Syuhada et al. 2024) yang menyatakan bahwa kegiatan bazar atau pasar komunitas dapat meningkatkan visibilitas suatu produk serta memberikan

Implementasi Inovasi Bazar Ramadhan sebagai Upaya Pemberdayaan UMKM ...
dampak berupa perluasan jangkauan pemasaran para pelaku UMKM secara langsung.

Pelaksanaan bazar Ramadhan di Desa Badransari bukan hanya sekedar kegiatan jual beli biasa, tetapi juga sebagai bentuk pemberdayaan UMKM berbasis komunitas. Pemberdayaan yang diterapkan mencakup aspek promosi secara digital, pengorganisasian pelaku usaha, serta kolaborasi sosial yang saling mendukung dan menguntungkan.

a. Efektivitas Penggunaan Flyer sebagai Media Promosi

Pembuatan flyer yang digunakan sebagai media promosi menjadi langkah awal yang sangat menentukan dalam keberhasilan keberlangsungan kegiatan bazar Ramadhan. Flyer yang disebarluaskan tidak hanya berfungsi sebagai media informasi dan promosi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun kesadaran Masyarakat terhadap adanya kegiatan Bazar Ramadhan, menurut (Putri, R. A. A., & Ramadhan 2025) dengan adanya media sosial dan media digital dapat memicu kreativitas dalam melakukan promosi untuk menawarkan produk ke pasar sasaran.

Dalam penggunaannya, flyer membantu menjangkau dua target utama sekaligus, yaitu pelaku UMKM yang berperan sebagai peserta pada kegiatan bazar Ramadhan dan Masyarakat sebagai konsumen. Penyebaran luasan flyer dilakukan melalui media sosial dan penyebaran secara langsung untuk memperluas jangkauan promosi dan informasi bagi Masyarakat setempat, agar terjadi peningkatan partisipasi dalam kegiatan tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian (Rifai 2026) Yang menyatakan bahwa media promosi sederhana, baik dalam bentuk fisik maupun dalam bentuk digital, memiliki peran yang sama-sama penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen sekaligus memperluas jangkauan pemasaran para pelaku UMKM.

Dengan demikian, penggunaan flyer dapat dikatakan sebagai salah satu strategi komunikasi yang efektif dalam mendukung keberhasilan program bazar Ramadhan, terkhusus dalam lingkup Masyarakat desa yang masih mengandalkan system promosi kombinasi antara offline dan online.

b. Rekrutmen (hiring) pelaku UMKM sebagai bentuk inovasi pengorganisasian

Inovasi lainnya dalam kegiatan ini adalah penerapan sistem rekrutmen pelaku UMKM secara langsung. Berbeda dengan bazar pada umumnya yang bersifat pasif (menunggu peserta mendaftar), dalam kegiatan ini mahasiswa KKS mengkombinasikan dua sistem yaitu dengan melalui pendaftaran dan secara langsung menghimpun atau mengajak pelaku UMKM untuk bergabung dalam kegiatan bazar Ramadhan ini. Cara ini memberikan dampak yang positif, terutama bagi pelaku usaha kecil yang sebelumnya memiliki keterbatasan dalam mengakses pasar. Dengan adanya sistem ini, para pelaku UMKM tidak perlu lagi memikirkan lokasi berjualan atau bersaing secara individu di tempat

Implementasi Inovasi Bazar Ramadhan sebagai Upaya Pemberdayaan UMKM ... yang berbeda. Hasil di lapangan juga menunjukkan bahwa sistem terpusat ini dapat menciptakan kemudahan dalam proses penjualan. Pelaku UMKM dapat lebih fokus pada kualitas produk dan pelayanan karena aspek lokasi dan promosi telah difasilitasi secara bersama.

Selain itu, keberadaan beberapa pelaku usaha dalam satu lokasi dan satu waktu yang sama juga menciptakan suasana keramaian pasar yang secara tidak langsung memberikan dampak berupa dapat menarik lebih banyak konsumen. Kondisi seperti ini meningkatkan peluang terjadinya transaksi jual beli dan berdampak pada peningkatan omset pelaku UMKM. Menurut (Khotimah et al. 2025) menyatakan bahwa pengelompokan UMKM dalam satu kawasan atau pusat kegiatan ekonomi dapat meningkatkan jangkauan pasar, interaksi pasar, serta memperbesar peluang penjualan. Dengan demikian, sistem rekrutmen ini tidak hanya mempermudah pelaku usaha, tetapi juga menjadi strategi efektif dalam menciptakan lingkup ekonomi lokal yang lebih tersusun.

c. Kolaborasi dengan Karang Taruna sebagai Penguatan Modal Sosial

Keterlibatan Karang Taruna pada kegiatan bazar Ramadhan ini menunjukkan adanya kolaborasi yang kuat antara mahasiswa dan Karang Taruna. Pada kegiatan ini Karang Taruna berperan sebagai mitra lokal yang membantu dalam proses koordinasi, persiapan kegiatan, memobilisasi partisipasi Masyarakat, dan ikut andil berjualan dalam bazar Ramadhan. Dari sisi sosial, kolaborasi ini mencerminkan adanya pemanfaatan modal sosial (social capital) dalam mendukung keberhasilan program. Kepercayaan, komunikasi, dan kedekatan yang dimiliki oleh Karang Taruna dengan masyarakat menjadi faktor penting dalam meningkatkan partisipasi dan keberhasilan program.

Selain itu, keterlibatan Karang Taruna juga memberikan dampak terhadap peningkatan kapasitas pemuda desa dalam mengelola kegiatan ekonomi dan memberdayakan potensi yang ada di Desa Badransari. Mereka tidak hanya menjadi panitia, tetapi juga ikut terlibat sebagai bagian dari pelaku usaha dalam bazar tersebut. Kolaborasi yang didasari oleh suatu komunitas mampu memberikan dampak berupa meningkatnya partisipasi masyarakat serta memperkuat keberlanjutan program pemberdayaan ini kedepannya (Rohadi, Ningsih, and Setyawati 2025).

Dengan adanya kolaborasi ini, program bazar tidak hanya bersifat sementara, tetapi memiliki potensi untuk dilanjutkan dan dikembangkan oleh masyarakat dan para pemuda-pemudi Desa Badransari secara mandiri di masa mendatang.

d. Dampak terhadap Perekonomian para Pelaku UMKM

Dari segi ekonomi, hasil kegiatan bazar Ramadhan ini menunjukkan adanya peningkatan pendapatan yang dirasakan oleh pelaku UMKM sesuai dengan hasil wawancara secara merata pada para

Implementasi Inovasi Bazar Ramadhan sebagai Upaya Pemberdayaan UMKM ... pelaku UMKM yang ikut andil dalam kegiatan bazar Ramadhan, kenaikan pendapatan itu terjadi selama pelaksanaan bazar (3 hari). Pernyataan ini diperkuat dengan hasil penelitian dari (Gresya et al. 2022) yang menyatakan bahwa kegiatan bazar mampu meningkatkan potensi lokal perekonomian dan dapat memberdayakan perekonomian masyarakat yang dapat membawa dampak positif bagi perekonomian lokal. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan bazar membawa dampak yang nyata bagi peningkatan pendapatan Masyarakat khususnya pelaku UMKM.

Selain itu, kegiatan ini juga memberikan pengaruh pada pola pemikiran dan mindset dari pelaku UMKM dan masyarakat, baik dari sisi penjual maupun pembeli. Pelaku UMKM mulai memahami pentingnya lokasi strategis, kerja sama, serta promosi dalam meningkatkan penjualan. Sementara itu, dari sisi konsumen, terjadi perubahan pola konsumsi di mana masyarakat lebih memilih berbelanja di bazar karena dianggap lebih praktis, efisien, dan variatif. Konsumen tidak perlu lagi pergi ke pusat kota untuk mencari takjil, cukup datang ke satu lokasi yang telah menyediakan berbagai pilihan.

Perubahan yang terjadi menunjukkan bahwa bazar Ramadhan tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan yang terfokus pada peraeconomian desa, tetapi juga sebagai sarana pembentukan kebiasaan baru dalam aktivitas jual beli Masyarakat agar mengalami perkembangan dari yang awalnya bersifat tradisional menjadi lebih trendy dan kekinian. Selain itu, munculnya harapan dari pelaku UMKM agar bazar tidak hanya berlangsung selama tiga hari menjadi indikator bahwa program ini memberikan manfaat yang nyata dan dirasakan secara langsung. Hal ini juga menunjukkan adanya potensi keberlanjutan program jika dikelola dengan baik.

keseluruhan, hasil dari pengabdian ini menunjukkan bahwa inovasi bazar Ramadhan yang dilakukan dapat memecahkan permasalahan utama para pelaku UMKM, yaitu keterbatasan akses pasar dan kurangnya strategi pemasaran. Melalui penggunaan media flyer, sistem rekrutmen UMKM, serta kolaborasi dengan Karang Taruna, kegiatan ini berhasil menciptakan ruang ekonomi yang lebih terorganisir, efisien, dan berdampak langsung pada peningkatan pendapatan masyarakat. Dengan demikian, tujuan kegiatan untuk meningkatkan pemberdayaan UMKM dan perekonomian desa dapat dikatakan tercapai secara optimal



Gambar 1. Pembukaan Bazar Ramadhan



Gambar 2. Pelaksanaan Bazar Ramadhan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan bazar Ramadhan dan pembahasan, dapat ditarik Kesimpulan bahwa inovasi Bazar Ramadhan yang dilaksanakan di Desa Badransari berhasil menjadi strategi yang efektif dalam pemberdayaan UMKM dan peningkatan perekonomian masyarakat desa. Konsep bazar yang terpusat pada satu titik lokasi dapat memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam menjangkau konsumen serta meningkatkan efisiensi dalam proses penjualan. Selain itu, penerapan inovasi berupa penggunaan flyer sebagai media promosi terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat, baik sebagai penjual maupun pembeli.

Sistem rekrutmen (hiring) pelaku UMKM secara aktif juga menjadi salah satu faktor keberhasilan, karena mampu menjangkau pelaku usaha yang sebelumnya memiliki keterbatasan akses pasar. Di sisi lain, kolaborasi dengan

Implementasi Inovasi Bazar Ramadhan sebagai Upaya Pemberdayaan UMKM ...

Karang Taruna memberikan kontribusi besar dalam memperkuat modal sosial masyarakat, meningkatkan partisipasi, serta mendukung keberlanjutan program.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan pelaku UMKM, tetapi juga membentuk pola pikir baru bagi masyarakat terhadap pentingnya kerja sama, inovasi, dan strategi pemasaran dalam mengembangkan usaha. Oleh karena itu, program Bazar Ramadhan memiliki potensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan sebagai model pemberdayaan ekonomi desa berbasis komunitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan Bazar Ramadhan di Desa Badransari yang terlaksana dengan lancar selama 3 hari. Ucapan terima kasih pertama penulis sampaikan kepada LP3M UMALA dan Bapak Lurah Desa Badransari yang telah berkenan hadir dalam peresmian kegiatan bazar Ramadhan serta turut memberikan dukungan penuh terhadap program yang dilaksanakan. Selanjutnya, penulis juga mengucapkan banyak terima kasih terhadap seluruh perangkat desa yang senantiasa memberikan arahan, bimbingan, dan dukungan dengan penuh perhatian dan ketulusan selama kegiatan berlangsung.

Terima kasih yang sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada Ibu Posko yang dengan tulus telah membantu serta bersedia direpotkan dalam setiap proses persiapan kegiatan bazar. Apresiasi juga penulis berikan kepada teman-teman Karang Taruna Desa Badransari yang selalu siap sedia dan sigap dalam membantu seluruh rangkaian persiapan hingga pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada seluruh pelaku UMKM yang telah berpartisipasi dengan antusias penuh dalam kegiatan bazar, serta kepada masyarakat Desa Badransari yang menunjukkan semangat dan antusiasme yang luar biasa dalam menyambut serta meramaikan kegiatan tersebut, serta kepada pengurus Masjid At-Taubah yang dengan tangan terbuka menyediakan tempat untuk keberlangsungan kegiatan Bazar Ramadhan.

Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh mahasiswa KKS yang telah mencurahkan tenaga, waktu, serta kerja sama yang luar biasa demi mengoptimalkan jalannya kegiatan bazar ini. Semoga segala bentuk dukungan, bantuan, dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal serta membawa kebaikan dan kebermanfaatn bagi semua pihak.

REFERENSI

- Agustin, Hamdi. 2025. *Menjelajah Peluang Dan Strategi Pasar Makanan Di Indonesia*.
- Anas, Naufal Rafiqi, Eka Lediyana, Angga Febrian, Laili Fadhila Banuwa, Mutiasari Nur Wulan, and Ahmad Hudalil. 2025. "Peningkatan Aktivitas Pasar Tradisional Melalui Bazar UMKM Dan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Digitalisasi Di Talang Padang." 5(1): 480-91.
- Bagus, jaya abdi nusa. 2025. *ANALISIS PERAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT MENURUT PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM*.
- Gresya, Febbyana Intan, Ainul Yaqin, Shofihatul Maula, Salwa Rania Jasmine, Nurafifatul Jannah, Sekar Ayu Rarasati, Muhammad Rafli, et al. 2022. "PENINGKATAN PEMAHAMAN DIGITAL MARKETING PADA PARA KEGIATAN SOSIALISASI." 3(2): 895-99.
- Haholongan, Rutinaias, Synta Nur, Indah Antaty, Shavira Kusuma Yan, Jihan Priskayla, Jasmine Alifya Zahra, Abghi Dasura, and Randra Adam Pratama. 2024. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Di Pulogadung." 4: 6073-82.
- Hidayat, Asep Syarip, and Ayu Gumilang L. 2025. "Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Pasar Tradisional Di Desa Sukaraja Kulon Kabupaten Majalengka The Role of Micro , Small , and Medium Enterprises (MSMEs) in Traditional Markets in Sukaraja Kulon Village , Majalengka Regency." 8(November): 291-300.
- Khotimah, Siti Khusnul, Intan Dewi Savitri, Roos Rusmawati, and Hazel Muhammad Ilham. 2025. "Pemberdayaan UMKM Berbasis Kolaborasi : Strategi Model Bazar Untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal Di Desa Ngenep." : 131-41. doi:10.21776/ub.gramaswara.2025.005.02.02.
- Kiromah, Syafiatul, and Nuryami. 2024. "Strategi Digital Dalam Pemasaran Produk UMKM Di Desa Kropak: Peluang Serta Tantangan." *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 6(3): 1-11.
- Melina, Rizma, Oktabian Alifani, Pelaksanaan Kegiatan, Karang Taruna, Pembagian Takjil, Mirza Elmy Safira, Roidatus Shofiyah, et al. 2024. "Pelaksanaan Kegiatan Karang Taruna: Pembagian Takjil Di Bulan Ramadhan Di Dusun Banjar Pertapan." *Economic Xilena Abdi Masyarakat*: 42-48.
- Putri, R. A. A., & Ramadhan, A. T. 2025. *Analisis Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Minat Beli Pada Toko Kue Enggal Jaya Group*.
- Rifai, S. 2026. "Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Persaingan Dengan E-Commerce (Studi Kasus Pasar Seputih Surabaya Lampung Tengah)."
- Rohadi, Gusmantiar Syamsi, Sari Ningsih, and Kiki Setyawati. 2025. "Dampak Kolaborasi Karang Taruna Sebagai Mitra Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Kelurahan Jatirasa Kota Bekasi." : 114-29.
- Syuhada, Wira, Sukron Mamun, Kisanda Midisen, and Ali Nur Ahmad. 2024. "Optimalisasi Bazar Masjid Sebagai Katalisator Pemberdayaan UMKM : Studi Kasus Di Perumahan Sukaraya Indah Bekasi." 09(02): 447-60.

Rizal Saifudin Dkk

Implementasi Inovasi Bazar Ramadhan sebagai Upaya Pemberdayaan UMKM ...

doi:10.37366/jespb.v9i02.1912.

Zunaidi, A. 2024. *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis Untuk Memberdayakan Komunitas.*