

LOKAKARYA DAN BAZAR SEBAGAI SARANA PRAKTIK PEMBELAJARAN ENTREPRENEURSHIP BAGI UMKM

Teresa Samantha Satyanegara, Febryanto Tanjaya, Stefanie Aurelia,
Sri Nathasya Br Sitepu^{*)}
Universitas Ciputra, Surabaya, Indonesia

^{*)}Penulis Korespondensi: nathasya.sitepu@ciputra.ac.id

Abstrak: Program “Kampung Jahit Arumpreneur” merupakan kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk memberdayakan ibu-ibu rumah tangga di Desa Glagaharum, Kecamatan Porong, Kabupaten Sidoarjo, melalui lokakarya pengembangan produk, pelatihan *digital marketing* menggunakan aplikasi desain grafis, dan bazar. Kegiatan ini diikuti oleh sebanyak 5 (lima) ibu-ibu rumah tangga Desa Glagaharum, Porong, Sidoarjo. Lokakarya berfokus pada peningkatan keterampilan bisnis, seperti manajemen keuangan dan pemasaran. Pelatihan aplikasi desain grafis bertujuan untuk membekali peserta dengan kemampuan membuat materi promosi digital. Melalui bazar, peserta dapat mempraktikkan langsung keterampilan berjualan dan berinteraksi dengan konsumen. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program ini efektif dalam meningkatkan kepercayaan diri dan keterampilan bisnis para peserta. Peserta menjadi lebih proaktif dalam mempromosikan produk mereka dan memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan dampak positif dalam pengembangan produk dan meningkatkan pendapatan.

Kata kunci: bazar, *digital marketing*, *entrepreneurship*, lokakarya, UMKM

Abstract: The “Kampung Jahit Arumpreneur” program is a community service initiative designed to empower housewives in Glagaharum Village, Porong Subdistrict, Sidoarjo Regency, through product development workshops, digital marketing training using graphic design applications, and a bazaar. The program was participated in by five housewives from Glagaharum Village, Porong, Sidoarjo. The workshops focused on enhancing business skills, such as financial management and marketing. The graphic design application training aimed to equip participants with the ability to create digital promotional materials. Through the bazaar, participants could directly practice their selling skills and interact with consumers. The results of the activity indicate that the program is effective in boosting participants' confidence and business skills. Participants became more proactive in promoting their products and leveraging digital technology for marketing. Additionally, the activity had a positive impact on product development and increased income.

Keywords: bazaar, *digital marketing*, *entrepreneurship*, workshop, SMEs

PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang terus berkembang, lokakarya kewirausahaan merupakan salah satu bentuk pemberdayaan ekonomi berbasis komu-

nitas yang efektif dalam meningkatkan kapasitas individu maupun kelompok. Lokakarya ini tidak hanya menyampaikan pengetahuan baru, tetapi

Dikirim, 23 Oktober 2024; Direvisi, 05 Juni 2025; Diterima, 28 Juli 2025

DOI: 10.37715/leecom.v7i2.5153

©LPPM Universitas Ciputra Surabaya

Jurnal Leverage, Engagement, Empowerment of Community (LeECOM) dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution 4.0 International License

juga membangun jejaring sosial dan kolaborasi antarindividu sekaligus mendorong kemandirian ekonomi masyarakat (Rahayu dkk., 2025). Bagi kelompok perempuan, terutama ibu rumah tangga, lokakarya ini sangat penting untuk mengatasi berbagai kendala dalam pemasaran produk yang akan dijual. Kelompok perempuan tersebut memiliki potensi besar dalam berwirausaha dan menggerakkan ekonomi lokal, namun seringkali terhambat oleh keterbatasan akses pada pelatihan, informasi pemasaran, dan teknologi. Oleh karena itu, lokakarya menjadi intervensi strategis yang efektif untuk menjembatani kesenjangan kapasitas tersebut (Hanifa dkk., 2021).

Di sisi lain, penguatan praktik kewirausahaan berbasis pengalaman lapangan juga menjadi tren penting dalam pendidikan bisnis dan sosial. Bazar Bizvision Week yang diadakan oleh School of Business and Management Universitas Ciputra menjadi platform aplikatif yang memberi kesempatan bagi ibu-ibu untuk memasarkan produk mereka secara langsung. Hal ini sejalan dengan literatur yang menekankan pentingnya pembelajaran kewirausahaan guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilan lunak dalam menjalankan bisnis sehingga dapat meningkatkan pendaftaran (Sitepu, 2020; Sitepu dkk., 2024). Pelaksanaan bazar ini juga membuka peluang untuk menjangkau pelanggan serta memperoleh umpan balik berharga demi pengembangan produk.

Lebih lanjut, kegiatan peningkatan kapasitas perempuan dalam ekonomi rumah tangga bukan hanya strategi pemberdayaan masyarakat di tingkat lokal, tetapi juga memiliki kaitan erat dengan Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya pada tujuan pertama (Tanpa Kemiskinan), keempat (Pendidikan Berkualitas), dan kedelapan (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi). Dengan menggabungkan lokakarya dan bazar dalam program pemberdayaan, peluang bagi ibu-

ibu rumah tangga untuk berperan lebih besar dalam perekonomian sekaligus mendukung pencapaian SDGs dapat terwujud secara nyata.

Program “Kampung Jahit Arumpreneur” ditujukan bagi ibu-ibu rumah tangga di Desa Glagaharum, Porong, Sidoarjo, yang tergabung dalam komunitas jahit atau UMKM berskala kecil. Masyarakat desa masih sangat bergantung pada ekonomi mikro, bantuan sosial, serta pendapatan yang tidak menentu. Oleh karena itu, sebagian besar penduduk memiliki penghasilan rendah dan kondisi ekonomi yang rentan. Kelompok ibu rumah tangga sering kali tertinggal dalam hal akses informasi, teknologi, dan pelatihan kewirausahaan di tengah dinamika perkembangan kota. Meski demikian, kelompok ibu-ibu rumah tangga tetap memiliki potensi yang dapat dikembangkan melalui program pemberdayaan berbasis kewirausahaan, khususnya dalam meningkatkan keterampilan menjahit dan pemasaran produk.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan bazar dan lokakarya diselenggarakan pada Selasa, 24 September 2024, dan Jumat, 27 September 2024, bertempat di Plaza Universitas Ciputra Surabaya dalam rangkaian Bizvision Week yang diselenggarakan oleh School of Business and Management. Program ini melibatkan lima ibu rumah tangga dari Desa Glagaharum, Porong, Sidoarjo. Pelaksanaan bazar dan lokakarya dirancang sebagai wadah bagi peserta untuk memamerkan hasil karya jahit mereka serta menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh sebelumnya, khususnya dalam pemasaran dan keterampilan berbicara di depan umum. Selain itu, para ibu rumah tangga juga mengikuti pelatihan tambahan mengenai penggunaan aplikasi desain grafis. Pelatihan ini berlangsung di

ruang rapat Universitas Ciputra Surabaya dan difasilitasi oleh dua mahasiswa. Materi yang diberikan bertujuan membekali peserta dengan keterampilan dasar pembuatan poster dan konten visual media sosial sebagai sarana promosi produk yang lebih menarik dan efektif.

Tahap pertama kegiatan diawali dengan pelaksanaan bazar, di mana para peserta, ibu-ibu rumah tangga dari Desa Glagaharum, datang lebih awal untuk menata dan menghias booth menggunakan hasil jahitan serta produk busana muslim unggulan yang akan dipromosikan. Pada tahap ini, peserta diberi kesempatan untuk mempraktikkan kemampuan pemasaran produk secara mandiri tanpa pendampingan langsung dari mahasiswa. Pendekatan ini bertujuan melatih keterampilan komunikasi dan promosi peserta dalam menghadapi konsumen secara langsung, sebagai persiapan menghadapi dinamika jual beli di lapangan.

Tahap kedua berupa sesi pelatihan penggunaan aplikasi desain grafis yang disampaikan secara lisan oleh dua mahasiswa. Pelatihan dimulai dengan panduan teknis cara mengunduh dan memasang aplikasi desain grafis pada perangkat gawai masing-masing peserta. Selanjutnya, materi berlanjut pada pengenalan fitur dasar aplikasi, seperti penggunaan template, elemen, unggahan, dan fitur pendukung lain yang bisa digunakan untuk membuat desain visual. Setelah pemaparan, peserta diberikan tugas praktik membuat poster sebagai latihan. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi produk.

Pada tahap terakhir, para peserta kembali ke Plaza untuk mengikuti lokakarya bersama empat dosen dari Universitas Ciputra Surabaya. Lokakarya ini dipandu oleh seorang mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masya-

rakat. Selama sesi di panggung, peserta mendapat kesempatan untuk mempresentasikan produk mereka sekaligus berbagi pengalaman mengikuti berbagai pelatihan di Universitas Ciputra Surabaya. Selanjutnya, para dosen memberikan masukan dan komentar konstruktif agar produk peserta dapat diperbaiki dan dikembangkan lebih baik lagi. Kegiatan lokakarya ini bertujuan agar peserta terus belajar dan meningkatkan kualitas produk mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lokakarya dan bazar dalam program “Kampung Jahit Arumpreneur” diselenggarakan pada tanggal 24 dan 27 September 2024 di Plaza Universitas Ciputra Surabaya, bertepatan dengan rangkaian acara Bizvision Week yang diadakan oleh School of Business and Management. Kegiatan ini diikuti oleh lima dari total tiga belas ibu rumah tangga dari Desa Glagaharum, Porong, Sidoarjo. Tujuan lokakarya adalah untuk menguji dan mengembangkan produk busana muslim yang dibuat oleh peserta, membahas serta mencari solusi terhadap kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha, serta meningkatkan pengetahuan dan wawasan mereka mengenai praktik bisnis (Suwandi & Haqy, 2022).

Selain itu, keikutsertaan peserta dalam membuka booth bazar berfungsi sebagai kesempatan untuk mengaplikasikan pengetahuan yang telah mereka pelajari dari berbagai materi sebelumnya. Bazar ini juga menjadi tempat bagi peserta untuk berinteraksi langsung dengan konsumen dan memasarkan produk tanpa perantara (Barts, 2023). Kegiatan ini sekaligus melatih dan menumbuhkan semangat kewirausahaan para peserta (Ningsih & Winursito, 2023). Selain itu, tim pelaksana memberikan pelatihan singkat tentang pemanfaatan fitur aplikasi desain grafis

untuk membuat media promosi, seperti poster dan konten media sosial, sebagai bagian dari strategi pemasaran digital yang krusial di era industri 4.0.

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, sebanyak 15 mahasiswa beserta dosen pembimbing telah melakukan koordinasi dan rapat persiapan. Tim mahasiswa bertugas menjemput peserta di Balai Desa Glagaharum, Kecamatan Porong, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, lalu mengantar mereka ke Universitas Ciputra Surabaya. Sesampainya di lokasi, para peserta secara mandiri mempersiapkan booth, mulai dari penataan produk, dekorasi, hingga menyiapkan materi promosi berupa poster khusus untuk bazar (Gambar 1). Kondisi ini menunjukkan kemajuan dibandingkan dengan bazar sebelumnya, di mana peserta masih memerlukan bimbingan dari tim pelaksana dalam menata booth. Berdasarkan studi Wilson & Puspitowati (2022), sikap proaktif berperan penting dalam kesuksesan berwirausaha. Keber-

hasilan tersebut berkontribusi pada peningkatan pendapatan peserta sekaligus membantu mengurangi kemiskinan melalui penciptaan lapangan kerja yang layak. Pencapaian ini sejalan dengan tujuan Sustainable Development Goals (SDGs) nomor 1 (pengentasan kemiskinan) dan 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi).

Setelah proses dekorasi rampung, peserta melanjutkan dengan praktik penjualan dan pemasaran produk. Kegiatan ini bertujuan untuk melatih keberanian, kemampuan berbicara di depan umum, serta sikap proaktif peserta dalam mendekati dan berinteraksi dengan konsumen yang melewati booth. Melalui simulasi transaksi jual-beli yang menyerupai situasi nyata, peserta dilatih membangun rasa percaya diri sebagai persiapan menghadapi tantangan dalam dunia bisnis (Gambar 2).

Selanjutnya, tim mahasiswa mengarahkan para peserta ke ruang pertemuan untuk mengikuti pelatihan singkat tentang penggunaan apli-



Gambar 1 Persiapan Booth Bazar

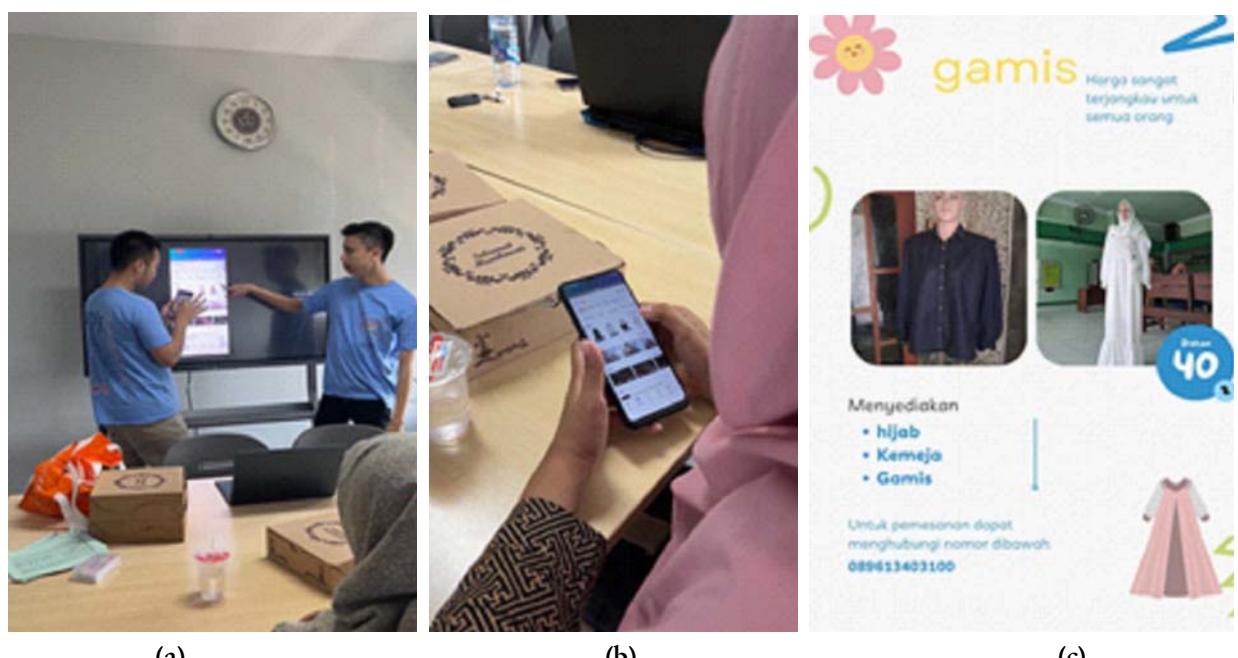


Gambar 2 Praktik Berjualan di Bazar

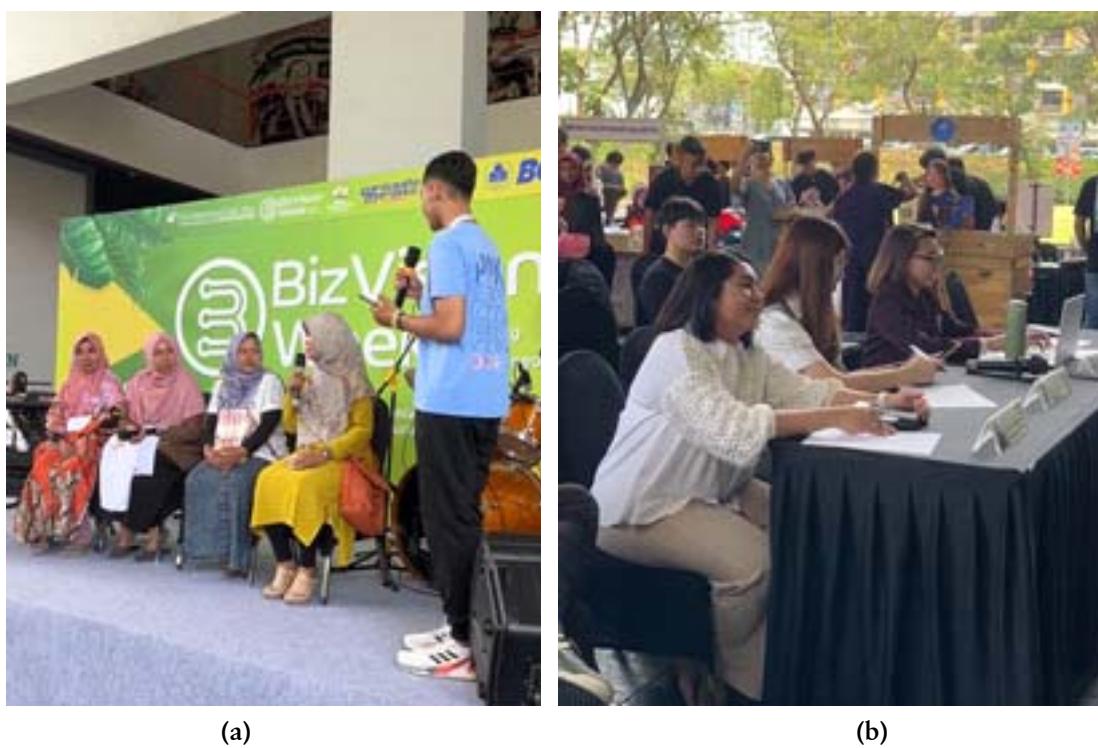
kasi desain grafis, seperti pembuatan poster dan konten media sosial. Pelatihan ini bertujuan agar peserta dapat secara mandiri membuat materi pemasaran digital. Konten pemasaran digital sangat penting untuk memengaruhi calon konsumen dalam pengambilan keputusan membeli (Sholeh, Suraya, & Rachmawati, 2023). Oleh karena itu, tim membimbing peserta melalui langkah-langkah seperti memilih template, mengatur ukuran, mengedit teks dan jenis huruf, menyesuaikan halaman, menambahkan elemen

desain, memasukkan gambar, serta mengunduh hasil desain dalam format gambar. Pada akhir sesi, setiap peserta berhasil membuat satu poster promosi untuk produk busana mereka (Gambar 3).

Setelah pelatihan desain grafis selesai, peserta melanjutkan dengan lokakarya bersama tim pelaksana, di mana mereka memaparkan dampak positif program terhadap keberlanjutan usaha masing-masing. Selain itu, peserta juga berbagi cerita terkait rincian usaha busana yang



Gambar 3 Sesi Pelatihan Desain Grafis dan Hasil Poster



Gambar 5 Sesi Lokakarya

mereka jalankan, disertai dengan promosi singkat secara langsung di hadapan audiens. Salah satu dosen memberikan saran mengenai *value proposition* produk yang dianggap masih kurang kuat, khususnya terkait keunikan yang bisa menjadi ciri khas produk mereka. Selain itu, peserta mendapatkan arahan tentang pengelolaan keuntungan usaha, dengan anjuran agar sisa laba tidak digunakan untuk konsumsi pribadi seperti membeli makanan atau barang lain. Sebaliknya, dana tersebut sebaiknya disimpan sebagai tabungan untuk mendukung pendidikan anak-anak di masa depan, terutama saat mereka memasuki masa pensiun.

Lokakarya ini tidak hanya menyampaikan pengetahuan tentang strategi bisnis, tetapi juga diarahkan untuk membantu peserta merancang visi dan misi jangka panjang demi memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Selain itu, peserta secara tidak langsung didorong untuk terus

belajar serta mengembangkan diri dan usaha mereka. Evaluasi menunjukkan bahwa 80% peserta merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produk setelah mengikuti program, sedangkan 70% melaporkan peningkatan kemampuan dalam pengelolaan bisnis dan pemasaran produk. Melalui bazar, peserta dapat langsung menerapkan keterampilan yang dipelajari, yang efektif dalam meningkatkan interaksi dengan konsumen serta memperluas jaringan pemasaran. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa interaksi langsung dengan pelanggan dapat meningkatkan kemampuan penjualan sekaligus membangun rasa percaya diri (Saefudin dkk., 2024).

KESIMPULAN

Program “Kampung Jahit Arumpreneur” yang dilaksanakan melalui lokakarya pengembangan produk, pelatihan *digital marketing*

menggunakan desain grafis, dan bazar telah berhasil memberikan dampak positif yang signifikan bagi peserta, terutama para ibu-ibu rumah tangga. Para peserta merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produk serta mengalami peningkatan keterampilan dalam manajemen bisnis dan pemasaran produk setelah mengikuti program ini. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan bisnis para ibu-ibu rumah tangga, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan serta pengentasan kemiskinan, yang sejalan dengan tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs) nomor 1 dan 8. Dengan demikian, program ini sukses memberdayakan para ibu untuk menjadi wirausaha yang lebih mandiri dan proaktif dalam mengembangkan usaha mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, khususnya Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, atas hibah yang diberikan untuk kegiatan PPK Ormawa Tahun Pendanaan 2024, kepada School of Business and Management yang memfasilitasi kegiatan dalam program Bizvision Week, serta kepada seluruh warga dan perangkat Desa Glagaharum yang telah memberikan dukungan partisipasi selama berlangsungnya program.

DAFTAR RUJUKAN

- Barts, H. (2023). Implementasi kegiatan bazar umkm sebagai upaya dalam memperkuat ketahanan pangan di Kelurahan Amborawang Darat. *Abdimas Siliwangi*, 6(2), 395–402.
- Hanifa, L., Firman, F., Herlina, H., & Rizal, R. (2021). Pemberdayaan perempuan dalam pelatihan kewirausahaan untuk mendorong kemandirian ekonomi keluarga. *Community Empowerment*, 6(10), 1829–1836. <https://doi.org/10.31603/ce.5238>.
- Ningsih, N. G. W. & Winursito, N. Y. C. (2023). Upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan melalui Bazar Festival Numerasi di SD Negeri Plumpungrejo 02. *SEWAGATI Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(4), 116–129. <https://doi.org/10.56910/sewagati.v2i4.1122>.
- Rahayu, Y. C., Lestari, P., Rahayu, E. L., & Budawan, A. (2025). Pemberdayaan masyarakat berbasis kewirausahaan dalam meningkatkan perekonomian ibu rumah tangga di Dusun Cintaharja Desa Kertaharja Kecamatan Cijeungjing. *Abdimas Galuh*, 7(1), 201. <https://doi.org/10.25157/ag.v7i1.16612>.
- Saefudin, A., Nofita, A., Wahyudi, M., Nikmah, K., & Nurfitriani, I. S. (2024). Strategi pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan produk tepung mocaf bagi Kelompok Wanita Tani Mawar Payak Pati. *E-Dimas Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 15 (4), 684–692. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v15i4.16613>.
- Sholeh, M., Suraya, S., & Rachmawati, R. (2023). Penggunaan aplikasi Canva sebagai desain konten promosi bagi pelaku UMKM. *Abdimas Altruis: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(2), 107–113. <https://doi.org/10.24071/aa.v6i2.6667>.
- Sitepu, S. N. B. (2020). PKM pengelolaan bisnis berbasis entrepreneurship pada pengrajin keset kaki Desa Panggungduwet. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas*

- Merdeka Malang*, 5(3), 239–248. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v5i3.4201>.
- Sitepu, S. N. B., Sienatra, K. B., Teguh, M., & Kenang, I. H. (2024). Pelatihan kewirausahaan dan sistem pemasaran online kepada pelaku UMKM Kecamatan Pakal, Kota Surabaya. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 8(1), 257–267. <https://doi.org/10.29407/ja.v8i1.22226>.
- Suwandi, A. & Haqy, Z. N. H. E. (2022). Pengembangan UMKM Desa Kertarahanayu melalui lokakarya pengembangan desain kemasan. *Journal of Tourism and Creativity*, 6(3), 175. <https://doi.org/10.19184/jtc.v6i3.34062>.
- Wilson, H. & Puspitowati, I. (2022). Pengaruh inovasi, pengambilan risiko, proaktif, otonomi dan agresivitas bersaing terhadap kinerja UKM di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(1), 115. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17174>.