Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia
Volume 5, Nomor 2, Juni 2026
E-ISSN: 2828-2957: P-ISSN: 2828-2949; Hal. 12-19
DOI: https://doi.org/10.55606/jpmi.v5i2.7247
Tersedia: https://journalshub.org/index.php/jpmi

Inovasi Bazar Mahasiswa KKN dalam Mengakselerasi UMKM dan Ekonomi Kreatif Lokal pada Festival Rimpu Mantika Kota Bima

Innovation of the KKN Student Bazaar in Accelerating MSMEs and the Local Creative Economy at the Rimpu Mantika Festival, Bima City

Jaenab[1*], Kartin Aprianti[2], Muhammad Yusuf[3], Rahmatia[4], Sugeng Widakdo[5]
[1-5]Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, NTB, Indonesia
**Penulis Korespondensi: jaenab84.stiebima@gmail.com*

Riwayat Artikel:
Naskah Masuk: 02 April 2026;
Revisi: 07 Mei 2026;
Diterima: 04 Juni 2026;
Terbit: 17 Juni 2026

Keywords: *Digital Marketing; KKN Student Bazaar; Local Creative Economy; MSME Empowerment; Rimpu Mantika Festival.*

Abstract. *This community service activity aimed to strengthen the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) and support the development of the local creative economy through an innovative KKN student bazaar at the Rimpu Mantika Festival in Bima City. The bazaar served as a platform for promoting local products, expanding market access, and increasing product competitiveness while preserving local cultural values. The program involved KKN students, MSME actors, local government, and the community in a collaborative effort to encourage economic empowerment. The implementation consisted of three stages: preparation, implementation, and evaluation. The preparation stage included coordination with stakeholders and the provision of promotional facilities. During implementation, students organized the bazaar, promoted local products, provided marketing assistance, and introduced digital marketing strategies. Evaluation was conducted to assess participation levels, sales improvement, and community responses. The results indicated increased visibility of local products, higher public interest in MSME products, improved awareness among business actors regarding innovation and branding, and stronger collaboration between students, MSMEs, and local government. Overall, the KKN student bazaar innovation proved to be an effective strategy for empowering MSMEs and fostering sustainable local creative economic development in Bima City.*

Abstrak.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta mendukung pengembangan ekonomi kreatif lokal melalui inovasi bazar mahasiswa KKN pada Festival Rimpu Mantika di Kota Bima. Bazar ini berfungsi sebagai sarana promosi produk lokal, perluasan akses pasar, dan peningkatan daya saing produk, sekaligus mendukung pelestarian nilai-nilai budaya lokal. Program ini melibatkan mahasiswa KKN, pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan masyarakat dalam upaya kolaboratif untuk mendorong pemberdayaan ekonomi. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap persiapan meliputi koordinasi dengan para pemangku kepentingan serta penyediaan sarana promosi. Pada tahap pelaksanaan, mahasiswa menyelenggarakan bazar, mempromosikan produk lokal, memberikan pendampingan pemasaran, serta memperkenalkan strategi pemasaran digital. Evaluasi dilakukan untuk menilai tingkat partisipasi, peningkatan penjualan, dan respons masyarakat terhadap kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan meningkatnya eksposur produk lokal, bertambahnya minat masyarakat terhadap produk UMKM, meningkatnya kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya inovasi dan branding, serta terjalinnya kerja sama yang lebih kuat antara mahasiswa, UMKM, dan pemerintah daerah. Secara keseluruhan, inovasi bazar mahasiswa KKN terbukti menjadi strategi yang efektif dalam memberdayakan UMKM dan mendorong pengembangan ekonomi kreatif lokal yang berkelanjutan di Kota Bima.

Kata kunci: Bazar Mahasiswa KKN; Ekonomi Kreatif Lokal; Festival Rimpu Mantika; Pemasaran Digital; Pemberdayaan UMKM.

1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta pengembangan ekonomi kreatif lokal merupakan salah satu pilar penting dalam memperkuat perekonomian

daerah. UMKM memiliki kontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan penguatan ekonomi berbasis komunitas. Namun, pelaku UMKM di daerah masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya inovasi produk, lemahnya branding, dan belum optimalnya pemanfaatan media digital sebagai saluran promosi.

Kota Bima memiliki kekayaan budaya lokal yang potensial untuk dikembangkan bersamaan dengan pertumbuhan sektor ekonomi kreatif. Salah satu bentuk identitas budaya yang kuat adalah Rimpu, yaitu busana tradisional perempuan Bima yang memiliki nilai historis, sosial, dan simbolik. Festival Rimpu Mantika sebagai agenda budaya daerah tidak hanya menjadi sarana pelestarian budaya, tetapi juga membuka ruang promosi produk unggulan masyarakat, terutama di sektor kuliner, kerajinan, fesyen, dan produk kreatif lainnya.

Mahasiswa yang sudah melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Berdampak memiliki peran strategis sebagai bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat. Mahasiswa tidak hanya hadir sebagai peserta kegiatan sosial, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mampu menghadirkan inovasi berbasis pengetahuan, kreativitas, dan kolaborasi. Salah satu bentuk implementasinya adalah melalui inovasi bazar mahasiswa KKN yang dirancang bukan semata sebagai ajang jual beli, tetapi juga sebagai media promosi, edukasi, dan penguatan jejaring usaha bagi pelaku UMKM lokal.

Permasalahan yang dihadapi mitra dan masyarakat adalah belum optimalnya pemanfaatan event budaya sebagai ruang strategis untuk mempercepat pertumbuhan UMKM dan ekonomi kreatif lokal. Banyak pelaku usaha masih mengalami keterbatasan dalam penataan produk, strategi pemasaran, penggunaan media sosial, dan pengemasan nilai budaya sebagai daya tarik pasar. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan yang mampu menjembatani potensi budaya lokal dengan penguatan ekonomi masyarakat melalui pendekatan partisipatif dan inovatif.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan bertajuk *Inovasi Bazar Mahasiswa KKN dalam Mengakselerasi UMKM dan Ekonomi Kreatif Lokal pada Festival Rimpu Mantika Kota Bima* dilaksanakan sebagai upaya untuk memperluas akses promosi produk lokal, meningkatkan daya saing UMKM, membangun kolaborasi multipihak, dan mengintegrasikan nilai budaya ke dalam aktivitas ekonomi kreatif. Kegiatan ini diharapkan menjadi model pengabdian yang aplikatif, kontekstual, dan berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif, kolaboratif, dan berbasis pemberdayaan masyarakat. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam tiga tahap utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.

Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan koordinasi dengan Pemerintah Kota Bima, panitia Festival Rimpu Mantika, pelaku UMKM lokal, serta pihak-pihak pendukung lainnya. Kegiatan persiapan meliputi pendataan peserta bazar, identifikasi kebutuhan pelaku usaha, perumusan konsep bazar inovatif, penentuan layout stand, serta penyusunan media promosi seperti banner, brosur, dan materi digital. Selain itu, mahasiswa KKN juga dibekali dengan pemahaman tentang strategi pemasaran kreatif, penataan produk, dan komunikasi pelayanan kepada konsumen.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui penyelenggaraan bazar mahasiswa KKN pada rangkaian Festival Rimpu Mantika di Asi Mbojo, Kecamatan Rasanae Barat, Kota Bima, Nusa Tenggara Barat, pada tanggal 25--27 April 2026 mulai pukul 06.00 WITA sampai selesai. Dalam tahap ini, mahasiswa berperan aktif mendampingi pelaku UMKM dalam menampilkan produk unggulan, menata stand secara menarik, membuat promosi kreatif, dan memperkenalkan produk melalui pendekatan storytelling serta pemasaran digital. Produk yang dipasarkan mencakup kuliner khas Bima, kerajinan tangan, busana, dan produk kreatif yang merepresentasikan identitas lokal.

Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan melalui observasi lapangan, diskusi reflektif, dokumentasi kegiatan, serta pengumpulan umpan balik dari pelaku UMKM dan pengunjung bazar. Aspek yang dievaluasi meliputi tingkat partisipasi, ketertarikan pengunjung, efektivitas strategi promosi, peningkatan eksposur produk, dan manfaat kegiatan terhadap penguatan kapasitas pelaku usaha. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk menyusun rekomendasi tindak lanjut program serupa di masa mendatang.

3. HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa bazar mahasiswa KKN dapat berfungsi sebagai media akselerasi UMKM dan ekonomi kreatif lokal ketika dirancang secara kolaboratif, adaptif, dan berbasis budaya. Hasil kegiatan dipaparkan berdasarkan tahapan pelaksanaan sebagai berikut.

Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan koordinasi intensif bersama Pemerintah Kota Bima dan panitia Festival Rimpu Mantika untuk memastikan kesesuaian program dengan agenda festival daerah. Selanjutnya dilakukan pendataan pelaku UMKM lokal yang memiliki potensi untuk terlibat dalam kegiatan bazar. Tim kemudian merancang konsep bazar yang menonjolkan sinergi antara promosi produk lokal dan nuansa budaya Rimpu sebagai identitas khas Kota Bima.



Gambar 1. Foto bersama Koordinasi panitia penanggung jawab bazar Mahasiswa KKN.

Persiapan sarana dan prasarana juga dilakukan secara sistematis, meliputi penyediaan stand, meja, kursi, standing banner, materi promosi, dan pengaturan tata letak lokasi bazar. Mahasiswa KKN dibagi dalam beberapa tugas, seperti publikasi, dokumentasi, pelayanan stand, dan pendampingan mitra UMKM. Pembagian peran ini membuat kegiatan lebih terorganisasi dan efektif selama pelaksanaan berlangsung.



Gambar 2. Foto bersama Mahasiwa penanggung jawab bazar Mahasiswa KKN.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, bazar mahasiswa KKN berlangsung secara interaktif dan partisipatif. Mahasiswa mendampingi pelaku UMKM dalam menampilkan produk unggulan dengan penataan yang lebih menarik dan komunikatif. Inovasi yang diterapkan meliputi

display produk yang lebih estetis, promosi langsung kepada pengunjung, pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan promosi, serta penguatan narasi produk berbasis kearifan lokal.



Gambar 3. Foto Bersama Tim Mahasiswa Bazar Produk KKN.



Gambar 4. Dokumentasi Peserta festival Rimpu 2026.



Gambar 5. Dokumentasi Disply produk bazar KKN.

Kegiatan bazar tidak hanya menciptakan transaksi ekonomi, tetapi juga membangun ruang belajar bersama bagi mahasiswa dan pelaku usaha. Pelaku UMKM memperoleh pengalaman tentang pentingnya kemasan produk, strategi komunikasi pemasaran, dan pelayanan konsumen. Sementara itu, mahasiswa mendapatkan pengalaman praktis dalam pemberdayaan masyarakat, pengelolaan kegiatan publik, dan penguatan ekonomi lokal berbasis budaya.

Selain berdampak pada promosi produk, bazar ini juga memperkuat atmosfer Festival Rimpu Mantika sebagai ruang integratif antara budaya dan ekonomi. Kehadiran produk-produk lokal dalam festival memberi nilai tambah bagi pengunjung karena mereka tidak hanya menikmati pertunjukan budaya, tetapi juga dapat berinteraksi langsung dengan hasil karya dan produk masyarakat setempat.



Gambar 5. Dokumentasi Pengunjung stand bazar

Tahap Evaluasi

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan ini memperoleh respons positif dari pelaku UMKM, panitia festival, dan masyarakat. Tingkat kunjungan ke stand bazar cukup tinggi dan antusiasme masyarakat terlihat dari interaksi langsung, pembelian produk, serta minat untuk mengetahui proses dan ciri khas produk lokal yang ditawarkan. Strategi promosi yang menggabungkan pendekatan langsung dan digital terbukti membantu meningkatkan daya tarik bazar.



Gambar 6. Dokumentasi Evaluasi omzet Produk Bazar,

Dari sisi pemberdayaan, kegiatan ini mendorong tumbuhnya kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya inovasi, branding, dan kolaborasi dalam menghadapi persaingan pasar. Kolaborasi antara mahasiswa, dosen pembimbing, pelaku usaha, dan pemerintah daerah

menjadi kekuatan utama kegiatan ini. Dengan demikian, bazar mahasiswa KKN tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan jangka pendek, tetapi juga pada penguatan kapasitas sosial dan ekonomi masyarakat secara lebih luas.

Tabel 1. Data produk KKN yang mengikuti bazar di festival Rimpu 2026.

KELOMPOK	PRODUK	KUANTITAS	HARGA (Rp)	OMSET (Rp)
Kelompok I Sari	Lede Sari	32	15.000	480.000
	Kunyit	30	10.000	300.000
Kelompok II Nipa	Virgin Oil	6	15.000	90.000
	Ikan Kering Torani	10	15.000	150.000
	Abon Tuna Kecil	10	20.000	200.000
	Dimsum Tuna Standing	2	15.000	30.000
	Abon Tuna Kecil/Dimsum Tuna Kotak	10	15.000	150.000
	Abon Tuna Sedang	3	20.000	60.000
	Abon Tuna Besar	3	30.000	90.000
Kelompok III Talabiu	Kerupuk Bandeng	10	15.000	150.000
	Abon Bandeng	15	50.000	750.000
Kelompok IV Samili	Sambal Terong	10	15.000	150.000
	Chili Oil	10	15.000	150.000
	Kerupuk Kangkung	10	15.000	150.000
	Kerupuk Terong	5	15.000	75.000
Kelompok V Kolo	Amplang Tuna	15	10.000	150.000
	Empek-Empek Tuna	10	35.000	350.000
	Dimsum Tuna	10	35.000	350.000
Kelompok VI Ntobo	Emping Jagung	27	10.000	270.000
	Tenun	4	-	-
Kelompok VII Raba Dompu	Singkong-In	15	15.000	225.000
	Banana Chip	15	15.000	225.000
Kelompok VIII Dompu	Kari Herbal	5	15.000	75.000
	Biruas	15	15.000	225.000
	Sambal Cumi	5	25.000	125.000

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kegiatan *Inovasi Bazar Mahasiswa KKN dalam Mengakselerasi UMKM dan Ekonomi Kreatif Lokal pada Festival Rimpu Mantika Kota Bima* berhasil menjadi wadah pemberdayaan yang efektif bagi pelaku UMKM dan masyarakat. Kegiatan ini mampu meningkatkan eksposur produk lokal, memperkuat kesadaran pelaku usaha tentang pentingnya inovasi pemasaran, serta

membangun kolaborasi yang produktif antara mahasiswa, masyarakat, dan pemerintah daerah. Integrasi bazar dengan event budaya juga terbukti memberikan nilai tambah dalam memperluas promosi ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.

Saran

Kegiatan serupa perlu dilakukan secara berkelanjutan dengan jangkauan peserta yang lebih luas dan dukungan stakeholder yang lebih kuat. Pendampingan lanjutan bagi pelaku UMKM penting dilakukan, terutama dalam aspek digital marketing, pengemasan produk, pencatatan usaha, dan penguatan branding lokal. Selain itu, event budaya daerah perlu terus dioptimalkan sebagai ekosistem promosi ekonomi kreatif yang produktif, inklusif, dan berkelanjutan.

Pengakuan

Kami menyampaikan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, kontribusi, dan partisipasi aktif sehingga kegiatan Bazar Rimpu dalam rangka Festival Rimpu dapat terselenggara dengan baik dan lancar.

Ucapan terima kasih secara khusus kami sampaikan kepada Ketua STIE Bima atas dukungan kelembagaan, arahan, serta kepercayaan yang diberikan sehingga kegiatan ini dapat menjadi bagian dari upaya pengembangan kreativitas dan kewirausahaan mahasiswa sekaligus pelestarian budaya lokal.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Panitia Festival Rimpu yang telah bekerja keras dalam merancang, mengoordinasikan, dan menyukseskan seluruh rangkaian kegiatan festival, termasuk memfasilitasi pelaksanaan Bazar Rimpu sebagai ruang ekspresi ekonomi kreatif berbasis budaya.

Penghargaan yang setinggi-tingginya kami sampaikan kepada Dosen Pembimbing KKN yang telah memberikan bimbingan, motivasi, serta arahan kepada mahasiswa sehingga kegiatan ini dapat terlaksana secara terencana, terstruktur, dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.Tidak lupa, kami mengapresiasi seluruh mahasiswa peserta Bazar Rimpu yang telah menunjukkan semangat, kreativitas, dan kerja sama yang luar biasa dalam menampilkan produk serta ide-ide inovatif yang tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga mencerminkan kekayaan budaya daerah. Semoga segala bentuk dukungan dan partisipasi yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal, serta kegiatan ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan potensi lokal dan penguatan identitas budaya.

DAFTAR PUSTAKA

Adriyanto, F. (2019). *Pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah*. Kementerian Koperasi dan UKM.

Al Uhair, A., Nur M, A. D., Arman, A., Ardiansyah P, A., Fitra P, D. R., Susanto, E., ... Safitri, T. (2025). Pemberdayaan masyarakat melalui Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Poreh, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep. *Aksi Nyata: Jurnal Pengabdian Sosial dan Kemanusiaan, 2*(4), 12–23. https://doi.org/10.62383/aksinyata.v2i4.2192

Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. (2020). *Peta jalan pengembangan ekonomi kreatif dan UMKM berbasis kearifan lokal 2020–2024*. Bappenas RI.

Hikmah, N., Sari, A. A., Safitri, D., & Daeng, B. (2026). Peran mahasiswa KKN Pendidikan Biologi dalam membantu kegiatan proses belajar mengajar di SMPN 1 Mappakasunggu. *Harmoni Sosial: Jurnal Pengabdian dan Solidaritas Masyarakat, 3*(1), 11–19. https://doi.org/10.62383/harmoni.v3i1.2777

Ismail, M. S., & Wahid, A. (2021). Peran UMKM dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat di daerah perkotaan. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan UMKM, 10*(2), 45–60.

Khoirunnisa, A. (2025). Pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital untuk penguatan kapasitas organisasi BUMDes dalam pengembangan ekonomi lokal di Desa Serang, Kecamatan Cikarang Selatan. *Aksi Nyata: Jurnal Pengabdian Sosial dan Kemanusiaan, 2*(3), 234–248. https://doi.org/10.62383/aksinyata.v2i3.1776

Kurniawan, A., & Sari, D. (2022). Inovasi pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan UMKM di daerah berbasis budaya lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi Kreatif, 8*(1), 12–25.

Mardianto, R. (2020). Pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam pengembangan wisata budaya di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 12*(3), 210–225.

Pemerintah Kota Bima. (2025). *Dokumen panduan pengembangan ekonomi kreatif dan UMKM Kota Bima 2025–2029*. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bima.

Prasetyo, B. (2021). *Kuliah Kerja Nyata (KKN) sebagai media pemberdayaan masyarakat dan penguatan ekonomi lokal*. Universitas Negeri Malang Press.

Santosa, P. (2020). Peran festival budaya dalam pemasaran produk ekonomi kreatif lokal: Studi kasus di Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Pengelolaan Pariwisata dan Event, 7*(1), 33–48.

Sholeh, R., Utama, A. A. P., Aprillianto, A. D., Putra, A. I., Zahro, A., Salsabila, A. R. K., ... Prakoso, D. A. (2026). Implementasi program penghijauan melalui kegiatan penanaman pohon di Desa Kalikatir: Studi partisipatif mahasiswa KKN. *Aksi Nyata: Jurnal Pengabdian Sosial dan Kemanusiaan, 3*(2), 22–31. https://doi.org/10.62383/aksinyata.v3i2.3151

Sudarsono, H. (2019). *Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal: Strategi penguatan UMKM di Indonesia*. Pustaka Pelajar.

Winarno, S. (2021). Inovasi bazar dan pemasaran kreatif sebagai sarana akselerasi UMKM dalam event budaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4*(2), 89–102.

Yulianto, H. (2025). Pengembangan desain dan fungsi kemasan untuk Criping Pisang "Bu Tini" sebagai upaya branding UMKM di Semarang. *Aksi Nyata: Jurnal Pengabdian Sosial dan Kemanusiaan, 2*(2), 148–157. https://doi.org/10.62383/aksinyata.v2i2.2127