

# AdindaMas

**Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat**

Volume 5 Nomor 1, Juli 2025

DOI: <https://doi.org/10.37726/adindamas.v5i1.1424>

## Pemberdayaan UMKM Lokal Melalui Pemanfaatan Pasar Malam Kadumekar Purwakarta

Jalaludin<sup>1</sup>, Dina Mariana Ulpah<sup>2</sup>, Nawaf Yusuf<sup>3</sup>, Anton Apriyadi<sup>4</sup>

<sup>1,4</sup>*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Indonesia Purwakarta*

*Jalan Veteran No. 150-152 Ciseureuh Purwakarta Jawa Barat 41118 Indonesia*

<sup>2,3</sup>*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dan Bisnis Syariah (STIEBS) Al-Amin Tasikmalaya*

*Kp. Sindangkaramat, Cilampunghilir, Kec. Padakembang, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat 46466 Indonesia*

<sup>1</sup>[Jalaludin@sties-purwakarta.ac.id](mailto:Jalaludin@sties-purwakarta.ac.id)

<sup>2</sup>[dinamarianau@gmail.com](mailto:dinamarianau@gmail.com)

<sup>3</sup>[nawafyusuf12@gmail.com](mailto:nawafyusuf12@gmail.com)

<sup>4</sup>[22462004@sties-purwakarta.ac.id](mailto:22462004@sties-purwakarta.ac.id)

### ABSTRAK

Berdasarkan hasil observasi tim PKM menemukan beberapa fenomena unik terkait pemberdayaan UMKM lokal melalui pemanfaatan pasar malam Kadumekar, salah satunya UMKM Kadumekar masih kesulitan dalam memasarkan produk yang dihasilkan, Pasar Malam Kadumekar salah satu inisiatif yang dapat dimanfaatkan untuk memberdayakan UMKM lokal, pasar malam tidak hanya menjadi tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai sarana interaksi sosial dan budaya yang dapat memperkuat komunitas, dan pasar malam Kadumekar menjadi magnet bagi pelaku usaha dari berbagai daerah. Tujuan PKM ini untuk mensosialisasikan pemberdayaan UMKM lokal melalui pemanfaatan pasar malam, supaya meningkatkan pendapatan pelaku UMKM lokal. Metode PKM ini menggunakan observasi, sosialisasi dan diskusi, monitoring dan evaluasi. Kesimpulan PKM ini sebelum kegiatan sosialisasi pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan pasar malam didapatkan nilai rata-rata responden sebesar 27,77 (sangat tidak memahami), sedangkan setelah kegiatan PKM didapatkan nilai rata-rata responden sebesar 83,33 poin kriteria memahami. Selain itu,

ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Volume 5, Nomor 1, Juli 2025

<http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/adindamas/>

ISSN: 2798-2874 (Media Online) 2798-4702 (Media Cetak)

PKM ini pelaku UMKM sudah memahami pemanfaatan pasar malam guna meningkatkan pendapatan, metode untuk menarik pelanggan pasar malam agar produk dan jasa yang ditawarkan banyak diminati, sudah mengetahui manfaat interaksi secara langsung dengan pelanggan pasar malam, sudah bisa mengoptimalkan potensi pasar malam, sudah mengetahui strategi promosi di pasar malam, sudah mengetahui strategi pemilihan lokasi usaha yang tepat untuk memikat pelanggan dan meningkatkan peluang penjualan, dan sudah mengetahui pentingnya branding produk dari mulai label produk hingga packaging produk.

**Kata Kunci** - Pemberdayaan UMKM, UMKM Lokal, Pasar Malam, Strategi Promosi, Branding Usaha

### **ABSTRACT**

*Based on the results of observations, the PKM team found several unique phenomena related to the empowerment of local MSMEs through the use of the Kadumekar night market, one of which is that Kadumekar MSMEs still have difficulty in marketing the products produced, the Kadumekar Night Market is one of the initiatives that can be utilized to empower local MSMEs, the night market is not only a place for economic transactions, but also a means of social and cultural interaction that can strengthen the community, and the Kadumekar night market is a magnet for business actors from various regions. The purpose of this PKM is to socialize the empowerment of local MSMEs through the use of the night market, so as to increase the income of local MSME players. This PKM method uses observation, socialization and discussion, monitoring and evaluation. The conclusion of this PKM is that before the socialization of MSME empowerment through the use of the night market, the average value of respondents was 27.77 (very not understanding), while after the PKM activity the average value of respondents was 83.33 points of understanding criteria. In addition, this PKM MSME actors have understood the use of the night market to increase income, methods to attract night market customers so that the products and services offered are in great demand, have known the benefits of direct interaction with night market customers, have been able to optimize the potential of the night market, have known the promotion strategy at the night market, have known the strategy for choosing the right business location to attract customers and increase sales opportunities, and have known the importance of product branding from product labels to product packaging.*

**Keywords** - MSME Empowerment, Local MSMEs, Night Market, Promotion Strategy, Business Branding

## **I. PENDAHULUAN**

Desa Kadumerkar yang terletak di Kabupaten Purwakarta, Provinsi Jawa Barat, merupakan salah satu desa yang memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi masyarakat berbasis lokal<sup>1</sup>. Desa ini tidak hanya dikenal dengan keindahan

---

<sup>1</sup> Imam Tabroni and Rini Purnamasari, "Kajian Yasinan Mingguan Dalam Membina Karakter Masyarakat Pada Masa Covid-19 Di Perumahan Lebak Kinasih Purwakarta," *Sivitas: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2, no. 1 (2022): 9–18.

alam dan tradisi budaya khas Sunda, tetapi juga dengan inisiatif pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu upaya nyata pemberdayaan ini terlihat dalam penyelenggaraan Pasar Malam Kadumerkar, yang telah menjadi pusat kegiatan ekonomi masyarakat setempat. Pasar Malam Kadumerkar bukan sekedar tempat transaksi ekonomi, tetapi juga ruang interaksi sosial dan promosi produk-produk lokal<sup>2</sup>. Aktivitas ini memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM di desa Kadumekar untuk memasarkan produk unggulan seperti kuliner khas, hingga barang kebutuhan sehari-hari<sup>3</sup>. Dengan adanya pasar malam ini, UMKM setempat dapat berkembang pesat, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat desa.

Pemberdayaan UMKM melalui Pasar Malam Kadumerkar juga menjadi salah satu upaya strategis untuk menggerakkan ekonomi pedesaan. Pasar malam ini tidak hanya menjadi tempat jual-beli, tetapi juga menjadi sarana edukasi bagi pelaku usaha kecil dalam mengelola bisnis mereka, mulai dari pengemasan produk, pemasaran, hingga inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar<sup>4</sup>. Melalui kolaborasi antara pemerintah desa, pelaku usaha, dan masyarakat, Pasar Malam Kadumerkar memperlihatkan bagaimana desa dapat menjadi pusat pemberdayaan ekonomi yang mandiri dan berkelanjutan. Dengan dukungan infrastruktur yang memadai dan promosi yang terus dikembangkan, pasar malam ini berpotensi menjadi ikon pemberdayaan ekonomi berbasis lokal di Purwakarta.

Berdasarkan hasil observasi peneliti dilokasi pengabdian, peneliti menemukan beberapa fenomena tentang pemberdayaan UMKM melalui pasar malam, salah satunya masih banyak UMKM desa Kadumekar Babakancikao Purwakarta yang kesulitan dalam memasarkan produk yang dihasilkan<sup>5</sup>. Hal ini terjadi karena kurangnya akses ke pasar, banyak UMKM di desa ini tidak memiliki akses yang memadai ke pasar yang lebih luas. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan jaringan distribusi dan pemasaran yang efektif. Tanpa adanya saluran distribusi yang baik, produk mereka sulit untuk dijangkau oleh konsumen di luar daerah lokal. Selain itu, faktor kesulitan dalam memasarkan produk yang dihasilkan karena minimnya pengetahuan pemasaran digital, sebagian besar pelaku UMKM di Kadumekar belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk yang dihasilkan. Ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan pemasaran digital membuat pelaku UMKM tertinggal dibandingkan dengan UMKM lain yang sudah memanfaatkan platform online, hal ini mengakibatkan produk UMKM tidak dikenal oleh khalayak yang lebih luas.

---

<sup>2</sup> Filia Hanum et al., *Pemberdayaan Masyarakat Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Perekonomian* (Mega Press Nusantara, 2024).

<sup>3</sup> Riana Mayasari et al., *Digitalisasi Desa: Pilar Pembangunan Ekonomi Desa* (Penerbit Nem, 2022).

<sup>4</sup> Ucok Binanga Nasution et al., *Bisnis Kuliner: Teori Dan Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

<sup>5</sup> Sopian, "Wawancara Tentang Ruang Lingkup Pasar Malam Desa Kadumekar Babakancikao" (Purwakarta: Ketua Dusun 2 Desa Kadumekar, 2025).

Faktor *kedua* yang menjadi kesulitan UMKM dalam memasarkan produk yang dihasilkan karena persaingan yang ketat. Hal ini disebabkan oleh banyaknya produk serupa yang beredar di pasar malam, sehingga UMKM di Kadumekar harus bersaing, tidak hanya bersaing dengan produk lokal tetapi juga dengan produk dari daerah lain. Oleh sebab itu, tanpa adanya strategi pemasaran yang efektif, pelaku UMKM akan kesulitan untuk menonjol di antara kompetitor.

Faktor *ketiga* yang menjadi kesulitan UMKM dalam memasarkan produk yang dihasilkan karena keterbatasan sumber daya. Hal ini terjadi disebabkan oleh banyaknya UMKM yang beroperasi dengan sumber daya yang terbatas, baik dari segi finansial maupun tenaga kerja. Sehingga keterbatasan ini dapat menghambat kemampuan pelaku UMKM untuk melakukan promosi yang lebih agresif atau untuk berinvestasi dalam pengembangan produk yang lebih baik.

Faktor selanjutnya yang menjadi kesulitan UMKM dalam memasarkan produk yang dihasilkan karena kurangnya dukungan dari pemerintah. Hal ini terjadi disebabkan oleh kurangnya bentuk pelatihan, akses ke modal, dan fasilitas pemasaran bagi pelaku UMKM pasar malam. Sehingga membuat UMKM kesulitan untuk berkembang dan meningkatkan daya saing pelaku UMKM.

Fenomena *kedua*, pasar malam desa Kadumekar di Purwakarta bisa menjadi salah satu inisiatif yang dapat dimanfaatkan untuk memberdayakan UMKM Lokal<sup>6</sup>. Inisiatif ini tidak hanya memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produk UMKM, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah. Akan tetapi faktanya pada pelaku UMKM lokal tidak terlalu banyak berinisiatif dan berkontribusi dalam pemanfaatan pasar malam ini, dikarenakan banyak pelaku usaha lokal yang merasa kurang kompeten dalam menjalankan usaha, terutama dalam hal manajemen, pemasaran, atau inovasi produk<sup>7</sup>. Hal ini membuat pelaku UMKM lokal kurang percaya diri untuk memulai usaha, bahkan dengan kehadiran pelaku usaha dari luar daerah yang lebih berpengalaman atau memiliki modal lebih besar dapat membuat pelaku usaha lokal merasa terintimidasi. Akhirnya pelaku UMKM lokal merasa sulit untuk bersaing dalam penjualan.

Fenomena *ketiga*, pasar malam ini tidak hanya menjadi tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai sarana interaksi sosial seperti orang-orang berkumpul, bertukar informasi, berbagi pengalaman dan membangun jaringan sosial<sup>8</sup>. Hal ini mampu menciptakan suasana yang mendukung keterlibatan sosial dan memperkuat kerukunan antar warga. Kegiatan kuliner lokal dipasar malam mampu menarik pengunjung, sehingga dapat memperkenalkan dan melestarikan budaya lokal. Kuliner tidak hanya berfungsi sebagai sumber nutrisi, tetapi juga sebagai warisan

---

<sup>6</sup> Rosita, "Wawancara Seputar Pasar Malam Desa Kadumekar" (Purwakarta: Pelaku UMKM Desa Kadumekar, 2025).

<sup>7</sup> Sopian, "Wawancara Tentang Ruang Lingkup Pasar Malam Desa Kadumekar Babakancikao."

<sup>8</sup> Pedagang, "Wawancara Tentang Interaksi Sosial Di Pasar Malam Desa Kadumekar" (Purwakarta: Pelaku UMKM Desa Kadumekar, 2025).

budaya yang mencerminkan identitas suatu daerah<sup>9</sup>. Dengan menawarkan berbagai makanan khas, pasar malam dapat menarik pengunjung dan memberikan kesempatan pengunjung untuk merasakan keanekaragaman rasa dan tradisi kuliner yang ada. Selain itu, pasar malam juga berperan dalam mendorong apresiasi dan pemahaman keberagaman budaya di kalangan masyarakat. Ketika pengunjung menikmati kuliner lokal, pelaku UMKM tidak hanya menikmati rasa, tetapi juga belajar tentang asal-usul dan makna di balik setiap hidangan.

Fenomena *keempat*, selain pedagang lokal, pasar malam Kadumekar juga menjadi magnet bagi pelaku usaha dari berbagai daerah untuk ikut berjualan<sup>10</sup>. Pelaku UMKM luar daerah Kadumekar mendapatkan informasi dan ajakan dari para pelaku usaha lainnya untuk bergabung di pasar malam ini. Menurut salah satu pedagang, pasar malam Kadumekar dianggap sebagai tempat jualan yang bersifat center, artinya menjadi pusat pertemuan bagi para pelaku usaha dari berbagai daerah. Hal ini memungkinkan pelaku UMKM untuk saling bertukar informasi, berbagi pengalaman, dan membangun jaringan bisnis yang lebih luas. Dengan berkumpulnya pelaku usaha dari berbagai daerah, pasar malam Kadumekar dapat menjadi wadah untuk membangun sinergi dan kolaborasi di antara Pelaku UMKM<sup>11</sup>. Selain itu, pelaku UMKM dapat saling berbagi strategi, inovasi, dan informasi yang bermanfaat untuk pengembangan usaha masing-masing.

*Knowledge Gap* peneliti/pengabdian terkait fenomena ini, hasil dari pencarian dengan kata kunci "Pemberdayaan UMKM melalui pasar malam" didapatkan hasil publikasi ilmiah sebanyak 7.790 naskah<sup>12</sup>. Akan tetapi dari 7.790 naskah masih jarang bahkan sedikit hasil publikasi pengabdian yang membahas tentang pemberdayaan UMKM melalui pasar malam. Seperti hasil PKM dilakukan oleh Uli Ermawati, Moh. Sodikin, Endah Supen yang berjudul "Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis Sentra Wisata Kuliner Di Surabaya"<sup>13</sup>. Perbedaan pengabdian terdahulu dengan pengabdian saat ini, *pertama*, objek kajian terdahulu menganalisa strategi pemberdayaan UMKM

---

<sup>9</sup> Ni Putu Eka Trisdayanti and Nina Indra Kristiana, "Perempuan Pemimpin: Membingkai Pariwisata Budaya Melalui Kuliner Sehat Dan Berkelanjutan," *KAMALA* (2024): 71.

<sup>10</sup> Dadang, "Wawancara Tentang Asal Usul Datangnya Pelaku UMKM Pasar Malam Desa Kadumekar" (Purwakarta: Pelaku UMKM Sosis bakar, 2025).

<sup>11</sup> A Hermila et al., "Sinergi Kreasi Dan Inovasi: Membangun Citra Melalui Sentuhan Kreatif Visual Pada Event Pasar Seni Huntu ART Distrik Gorontalo," *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 3 (2024): 4700-4705.

<sup>12</sup> Google Cendekia, "'Pencarian Hasil Penelitian Dengan Kata Kunci "Pemberdayaan UMKM Melalui Pasar Malam" Melalui Google Scholar,'" (Purwakarta, 2025), [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Pemberdayaan+UMKM+melalui+pasar+mala m&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pemberdayaan+UMKM+melalui+pasar+mala m&btnG=).

<sup>13</sup> Yuli Ermawati, Moh Sodikin, and Endah Supeni, "Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis Sentra Wisata Kuliner Di Surabaya," in *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, vol. 2, 2022, 390-404.

berbasis sentra wisata kuliner, sedangkan pada pengabdian saat ini berfokus pada pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan pasar malam. *Kedua*, metode penelitian terdahulu menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi serta metode survey. Sedangkan metode pengabdian saat ini menggunakan metode sosialisasi dan diskusi. *Ketiga*, lokasi penelitian terdahulu bertempat di Surabaya. Sedangkan pengabdian saat ini bertempat di Desa Kadumekar Babakancikao Purwakarta. *Keempat*, waktu penelitian terdahulu tahun 2022, sedangkan pengabdian saat ini ditahun 2025.

Selanjutnya, hasil publikasi yang dilakukan oleh Bani Pamungkas yang berjudul "Pedagang Kaki Lima Dan Pengembangan Kota : Analisa Kebijakan Pengelolaan Pasar Malam PKL Kota Jakarta Dan Kuala Lumpur"<sup>14</sup>. Perbedaan penelitian terdahulu dengan pengabdian saat ini, *Pertama*, objek kajian terdahulu menganalisa terkait kebijakan pengelolaan pasar malam PKL Kota Jakarta dan Kuala Lumpur. Sedangkan pengabdian saat ini berfokus pada pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan pasar malam. *Kedua*, metode penelitian terdahulu menggunakan studi komparasi kebijakan publik yang membandingkan kebijakan mengenai satu bidang kajian terfokus yang ada pada 2 (dua) kota yang berbeda. Sedangkan pengabdian saat ini menggunakan metode sosialisasi dan diskusi. *Ketiga*, lokasi penelitian terdahulu bertempat di Kota Jakarta dan Kuala Lumpur. Sedangkan pengabdian saat ini bertempat di Jawa Barat khususnya di desa Kadumekar Babakancikao Purwakarta. *Keempat*, waktu penelitian terdahulu tahun 2016 sedangkan pengabdian saat ini tahun 2025.

Selanjutnya hasil publikasi yang dilakukan oleh Alief Amir Amrullah, Cahya Arbitera yang berjudul "kegiatan kompetisi olah raga mahasiswa antar fakultas sportavest 2023 untuk pemberdayaan UMKM dikelurahan Pondok Labu"<sup>15</sup>. Perbedaan penelitian terdahulu dengan pengabdian saat ini, *pertama*, objek penelitian terdahulu menganalisa terkait pemberdayaan UMKM dikelurahan Pondok Labu. Sedangkan pengabdian saat ini berfokus pada pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan pasar malam. *Kedua*, metode yang digunakan penelitian terdahulu menggunakan metode wawancara kepada pelaku UMKM yang terlibat. Sedangkan pengabdian saat ini menggunakan metode sosialisasi dan diskusi. *Ketiga*, lokasi penelitian terdahulu fokus di wilayah sekitar Kampus UPN Veteran Jakarta atau Jalan RS. Fatmawati Raya, Pondok Labu, Cilandak, South Jakarta City, Jakarta 12450.

---

<sup>14</sup> Bani Pamungkas, "Pedagang Kaki Lima Dan Pengembangan Kota: Analisa Kebijakan Pengelolaan Pasar Malam PKL Kota Jakarta Dan Kuala Lumpur" (2016).

<sup>15</sup> Afif Amir Amrullah and Cahya Arbitera, "Kegiatan Kompetisi Olah Raga Mahasiswa Antar Fakultas Sportavest 2023 Untuk Pemberdayaan UMKM Di Kelurahan Pondok Labu," *Ardhi: Jurnal Pengabdian Dalam Negri* 2, no. 4 (2024): 9-13.

Sedangkan pengabdian saat ini bertempat di Jawa Barat, khususnya di desa Kadumekar Babakancikao Purwakarta. *Keempat*, waktu penelitian terdahulu tahun 2023 sedangkan pengabdian saat ini tahun 2025.

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan PKM ini dilaksanakan untuk melakukan pemberdayaan UMKM lokal melalui pemanfaatan pasar malam Kadumekar Babakancikao Purwakarta, supaya dapat meningkatkan pendapatan pelaku UMKM lokal, menjadi ajang bagi pelaku UMKM untuk berinovasi dalam produk dan layanan yang ditawarkan, memperkuat jaringan sosial dan ekonomi serta meningkatkan kesadaran masyarakat dengan mempromosikan produk lokal dipasar malam.

## II. METODE

### A. Tempat dan Waktu PKM

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) tentang pemberdayaan UMKM lokal melalui pemanfaatan pasar malam Kadumekar Purwakarta yang dilaksanakan pada tanggal 1 Februari sampai 2 Maret 2025, bertempat di Desa Kadumekar Kecamatan Babakancikao, Kabupaten Purwakarta.

### B. Ruang Lingkup Pengabdian

Ruang lingkup pengabdian kepada masyarakat tentang pemberdayaan UMKM lokal melalui pemanfaatan pasar malam Kadumekar Babakancikao adalah pelaku UMKM di lingkungan Desa Kadumekar Kecamatan Babakancikao, Kabupaten Purwakarta.

### C. Pendekatan dan Teknik PKM

Pendekatan adalah cara atau metode yang digunakan untuk mendekati atau menangani suatu masalah, situasi, atau topik tertentu. Pendekatan dapat bervariasi tergantung pada konteksnya dan tujuan yang ingin dicapai<sup>16</sup>. Teknik adalah metode atau cara spesifik yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu dalam suatu proses<sup>17</sup>. Dalam konteks pendidikan, teknik sering kali merujuk pada langkah-langkah praktis yang diambil untuk mengimplementasikan strategi atau metode pembelajaran.

Tahapan kegiatan yang dilakukan oleh tim PKM dalam program kegiatan pemberdayaan UMKM lokal melalui pemanfaatan pasar malam Kadumekar dengan terjun langsung ke lapangan melakukan teknik observasi, sosialisasi dan diskusi,

---

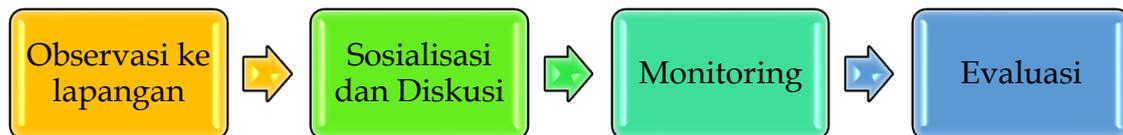
<sup>16</sup> Basri Bado, "Model Pendekatan Kualitatif: Telaah Dalam Metode Penelitian Ilmiah" (Tahta Media Grup, 2022).

<sup>17</sup> S E Nartin et al., *Metode Penelitian Kualitatif* (Cendikia Mulia Mandiri, 2024).

monitoring dan evaluasi terhadap pelaku UMKM yang ada dipasar malam Kadumekar Purwakarta. Adapun secara lebih detail pendekatan dan teknik PKM tentang pemberdayaan UMKM lokal melalui pemanfaatan pasar malam Kadumekar adalah sebagai berikut:

Bagan 1.

Metode pelaksanaan PKM pemberdayaan UMKM lokal melalui Pemanfaatan Pasar Malam Desa Kadumekar Purwakarta



(Sumber : Diolah Pribadi, 2025)

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Observasi Pemberdayaan UMKM Lokal Melalui Pemanfaatan Pasar Malam Kadumekar Purwakarta

Observasi adalah kegiatan melihat dan mengamati objek untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh, dampak, perkembangan, dan sebagainya<sup>18</sup>. Pengertian observasi menurut para ahli adalah cara mengumpulkan data dengan mengamati secara langsung di lapangan<sup>19</sup>. Observasi dapat dilakukan terhadap berbagai objek, seperti manusia, hewan, tanaman, dan alat-alat<sup>20</sup>.

Pada observasi ini tim PKM melakukan kunjungan kepada UMKM pasar malam secara langsung dengan mengadopsi teknik observasi partisipatif<sup>21</sup>, dimana anggota tim tidak hanya mengamati, memahami dan menganalisis dinamika yang terjadi tetapi juga terlibat secara aktif dalam berinteraksi dengan pelaku UMKM. Hal ini dilakukan agar memungkinkan pengumpulan data yang lebih kaya dan mendalam mengenai pengalaman dan tantangan yang dihadapi para pelaku UMKM. Selama kunjungan, tim PKM berbincang-bincang dengan pelaku UMKM untuk memahami jenis produk yang ditawarkan, karena banyak pelaku usaha menjual makanan khas, dan produk lokal lainnya, serta strategi tantangan yang dihadapi selama berjualan.

Hasil observasi tim PKM menemukan pelaku UMKM lokal yang belum memanfaatkan kesempatan pasar malam Kadumekar sebagai media untuk

<sup>18</sup> Albi Anggito and Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (CV Jejak (Jejak Publisher), 2018).

<sup>19</sup> Moh Nazir, "Metode Penelitian," *Jakarta: Ghalia Indonesia* (1988).

<sup>20</sup> Suhailasari Nasution and Arfannudin Nurbaiti, *Teks Laporan Hasil Observasi Untuk Tingkat SMP Kelas VII* (Guepedia, 2021).

<sup>21</sup> Luki Masriansyah, "Go Digital and Customer Relationship Marketing Sebagai Strategi Pemulihan Bisnis Umkm Yang Efektif Dan Efisien Di Masa Adaptasi New Normal," *Equator Journal of Management and Entrepreneurship* 8, no. 4 (2020): 126-140.

meningkatkan pendapatan dan jejaring atau mitra usaha dengan pelaku usaha lain. Sehingga memunculkan inisiatif tim PKM untuk mengadakan program pemberdayaan UMKM lokal melalui pemanfaatan pasar malam Kadumekar. Pada Observasi ini tim PKM menginventarisir program yang dibutuhkan pelaku UMKM lokal dalam memanfaatkan pasar malam ini, sehingga didapatkan program tentang strategi promosi produk, strategi pemilihan lokasi usaha, dan branding produk.

Gambar 1

### Observasi Pemberdayaan UMKM Melalui Pemanfaatan Pasar Malam



(Sumber : Dokumentasi Tim PKM Desa Kadumekar, 2025)

## B. Sosialisasi dan Diskusi

### 1. Karakteristik Mitra PKM

Karakteristik mitra PKM merujuk pada atribut, sifat, atau ciri-ciri yang dimiliki oleh individu yang berpartisipasi dalam suatu penelitian atau survei<sup>22</sup>. Karakteristik ini penting untuk analisis data dan memahami konteks dari hasil yang diperoleh. Adapun karakteristik mitra PKM dalam pengabdian ini adalah sebagai berikut:

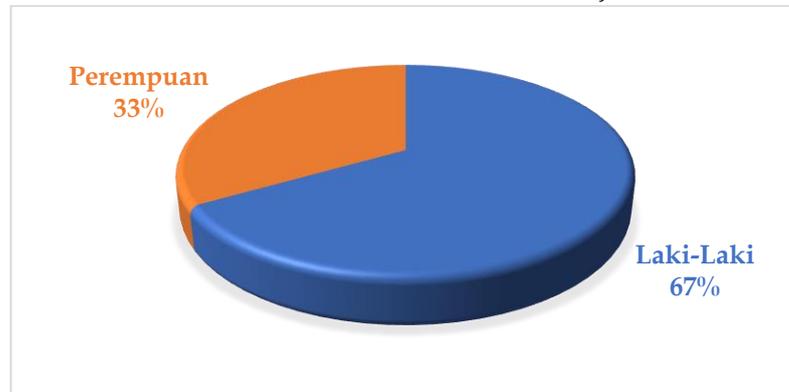
#### a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perbedaan biologis antara individu jantan dan betina dalam spesies makhluk hidup<sup>23</sup>. Jenis kelamin berkaitan dengan karakteristik fisik dan genetik yang menentukan peran individu dalam proses reproduksi. Mitra PKM pada pengabdian tentang pemberdayaan UMKM lokal melalui pemanfaatan pasar malam Kadumekar Babakancikao Purwakarta berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

<sup>22</sup> Mei Ie et al., *Disabilitas Dan Kewirausahaan: Jalan Menuju Kemandirian Ekonomi* (Takaza Innovatix Labs, 2024).

<sup>23</sup> Muhammad Arsyad and Dhea Nur Wahyuni, Sri Fatira, *Biologi Umum* (GUEPEDIA, 2021).

Diagram 1  
Karakteristik Mitra PKM berdasarkan jenis kelamin



(Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2025)

Berdasarkan diagram 1 diatas, menunjukkan bahwa mitra PKM berjenis kelamin Perempuan berjumlah 6 orang atau setara dengan 33% dari total mitra, sedangkan mitra PKM berjenis kelamin laki-laki sebanyak 12 orang atau setara dengan 67% dari total mitra. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas mitra PKM adalah laki-laki, dengan proporsi yang lebih besar dibandingkan perempuan. Hal ini karena di desa Kadumekar mayoritas pelaku UMKM banyaknya laki-laki dibandingkan perempuan.

b. Berdasarkan Usia

Usia adalah ukuran waktu yang menunjukkan berapa lama seseorang atau sesuatu telah ada sejak kelahiran atau penciptaannya<sup>24</sup>. Dalam konteks manusia, usia biasanya dihitung dalam tahun, bulan, dan hari, dan sering digunakan untuk menggambarkan tahap perkembangan individu dalam kehidupan. Kelompok usia muda, yang biasanya berusia di bawah 35 tahun, sering kali membawa ide-ide segar dan pendekatan baru dalam menjalankan UMKM. Hal ini cenderung lebih terbuka terhadap teknologi dan pemasaran digital, yang dapat membantu meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar. Di sisi lain, pelaku UMKM yang lebih tua, sering kali berusia 40 tahun ke atas, dimana pelaku UMKM memiliki pengalaman yang lebih dalam menjalankan usaha dan memahami kebutuhan pasar lokal. Pelaku UMKM tersebut biasanya lebih terampil dalam manajemen dan memiliki jaringan yang lebih luas. Namun, perbedaan usia ini juga membawa tantangan tersendiri. Pelaku yang lebih tua mungkin menghadapi kesulitan dalam beradaptasi dengan teknologi baru,

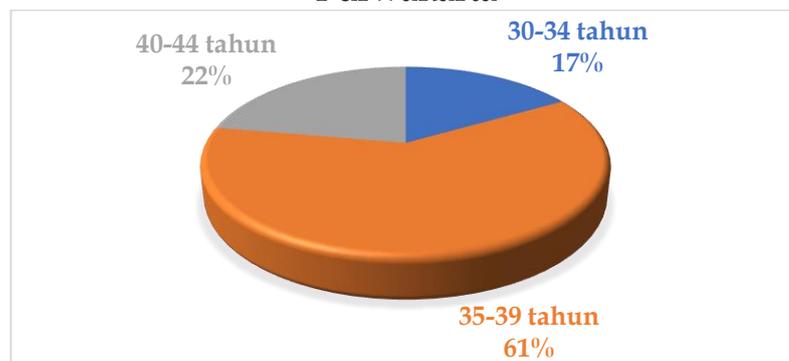
<sup>24</sup> Jaya Rukmana and Putri Rachmah Amalia, "Konsep Takdir Dalam Prespektif Hadits: Kajian Ma'anil Hadis Terhadap Hadis Al-Bukhari Nomor 3208," *Al Isnad: Journal of Indonesian Hadith Studies* 3, no. 2 (2022): 110-117.

sementara pelaku muda mungkin kurang memiliki pengalaman dalam menghadapi tantangan bisnis yang kompleks. Oleh karena itu, penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung kolaborasi antara generasi, di mana pelaku muda dapat belajar dari pengalaman pelaku yang lebih tua, dan sebaliknya, pelaku yang lebih tua dapat mendapatkan wawasan baru dari generasi muda.

Dengan memahami keragaman usia pelaku UMKM di pasar malam Desa Kadumekar, kita dapat merancang program pemberdayaan yang lebih efektif, yang tidak hanya meningkatkan keterampilan dan pengetahuan, tetapi juga memfasilitasi pertukaran pengalaman antar generasi. Hal ini diharapkan dapat memperkuat posisi UMKM di pasar dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Adapun data responded dari diagram usia pelaku UMKM pasar malam Kadumekar adalah sebagai berikut:

Diagram 2

Karakteristik Berdasarkan Usia Mitra PKM Pasar Malam kadumekar Purwakarta



(Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2025)

Berdasarkan diagram 2 di atas menunjukkan bahwa mitra PKM dengan rata-rata usia 30-34 tahun atau setara dengan 17% berjumlah 3 orang, rata-rata usia 35-39 tahun atau setara dengan 61% berjumlah 11 orang, dan rata-rata usia 40-44 tahun atau setara dengan 22% berjumlah 4 orang. Berdasarkan data diagram 2 yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa mayoritas mitra PKM berada dalam rentang usia 35-39 tahun, yang mencakup 61% dari total responden, yaitu 11 orang. Hal Ini menunjukkan bahwa kelompok usia ini mendominasi partisipasi dalam program tersebut.

c. Berdasarkan Tingkat Pendidikan

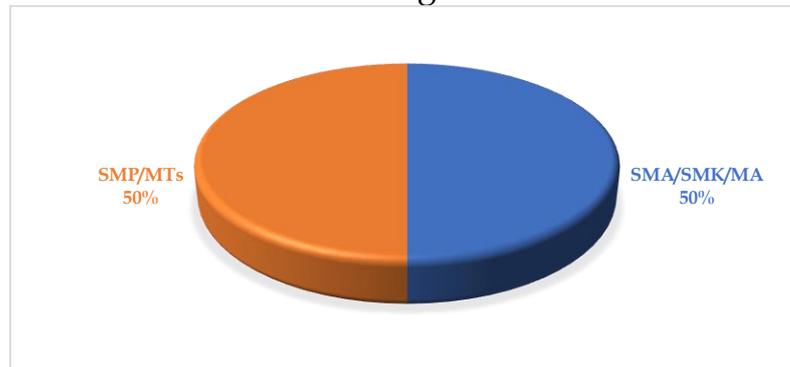
Pendidikan adalah proses yang bertujuan untuk mentransfer pengetahuan, keterampilan, dan nilai-nilai kepada individu, sehingga mereka dapat berkembang secara intelektual, emosional, dan sosial<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> Alprianti Pare and Hotmaulina Sihotang, "Pendidikan Holistik Untuk Mengembangkan Keterampilan Abad 21 Dalam Menghadapi Tantangan Era Digital," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023): 27778.

Pendidikan dapat berlangsung dalam berbagai bentuk dan konteks, termasuk pendidikan formal, non-formal, dan informal.

Pendidikan merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi keberhasilan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di pasar malam Desa Kadumekar. Hal ini karena tingkat pendidikan yang dimiliki oleh pelaku UMKM berperan penting dalam menentukan kemampuan mereka untuk mengelola usaha, beradaptasi dengan perubahan pasar, dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Di Desa Kadumekar, khususnya pelaku UMKM yang berasal dari berbagai latar belakang pendidikan, mulai dari yang memiliki pendidikan formal hingga mereka yang belajar secara mandiri melalui pengalaman. Dengan adanya pendidikan formal yang lebih tinggi dapat memberikan keuntungan dalam hal pemahaman manajemen dan pemasaran UMKM. Sementara itu, pelaku dengan pendidikan yang lebih rendah mungkin mengandalkan keterampilan praktis dan pengalaman langsung dalam menjalankan UMKM. Adapun data responded program PKM berdasarkan tingkat pendidikan adalah sebagai berikut:

Diagram 3  
Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Mitra PKM



(Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2025)

Berdasarkan diagram 3 di atas menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pendidikan SMP/MTs para pelaku UMKM pasar malam desa kadumekar terdapat 9 orang atau setara dengan 50% dari total mitra dan rata-rata tingkat pendidikan SMA/SMK/MA juga terdapat 9 orang atau setara dengan 50% dari total mitra yang ada. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan pelaku UMKM di pasar malam Desa Kadumekar terbagi rata antara lulusan SMP/MTs dan SMA/SMK/MA, masing-masing mencakup 50%. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki latar belakang pendidikan yang bervariasi, yang dapat mempengaruhi cara mereka menjalankan usaha dan beradaptasi dengan tantangan di pasar dan kondisi ini juga dapat menjadi

pertimbangan dalam merancang program pelatihan atau pendampingan yang sesuai untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam mengelola usaha.

## 2. Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses belajar-mengajar yang memungkinkan individu untuk mengenal dan menyesuaikan diri dengan nilai-nilai, norma, dan kebiasaan yang ada dalam masyarakat<sup>26</sup>. Sosialisasi juga diartikan sebuah proses mengkomunikasikan kebudayaan kepada warga masyarakat atau transfer kebiasaan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat<sup>27</sup>. Selain itu, sosialisasi juga menjadi sarana yang dapat mempengaruhi keperibadian seseorang<sup>28</sup>.

Sosialisasi dalam kegiatan ini, Tim PKM berinteraksi secara langsung dengan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di pasar malam Desa Kadumekar, Purwakarta. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan informasi dan edukasi kepada pelaku UMKM mengenai berbagai aspek yang dapat membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha. *Pertama*, Tim PKM menyampaikan strategi promosi produk. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola pasar malam Kadumekar, masih banyak UMKM yang belum menggunakan cara-cara promosi yang jitu baik menggunakan pengeras suara yang diset otomatis maupun cara lain dengan menggunakan tulisan atau spanduk petunjuk produk yang sedang diperjual belikan. Pelaku UMKM hanya mengandalkan orang yang datang dan menanyakan produk apa yang sedang diperjual belikan, tanpa ada petunjuk produk yang dijual<sup>29</sup>. Hal ini terjadi karena masih terbatasnya pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya promosi dan jenis media promosi yang bisa digunakan.

Di jaman yang serba digital ini, banyak media promosi yang bisa digunakan saat jualan di pasar malam, salah satunya menggunakan pengeras suara otomatis yang bisa mengundang penasar dan minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk yang di jajakan. Manfaat menjajakan produk di pasar malam melalui pengeras suara otomatis salah satunya meningkatkan

---

<sup>26</sup> Syaparuddin Syaparuddin and Elihami Elihami, "Peranan Pendidikan Nonformal Dan Sarana Pendidikan Moral," *Jurnal edukasi nonformal* 1, no. 1 (2019): 173–186.

<sup>27</sup> Ima Maisaroh, Titi Stiawati, and Abdurohim Abdurohim, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kegiatan Sosialisasi Dan Penyuluhan Pengolahan Sayur Organik, Penanganan Hama Tanaman Dan Strategi Pemasaran Hasil Pertanian Di Desa Bojong Catang Kabupaten Serang," *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 4 (2023): 7246–7252.

<sup>28</sup> Rochmatun Hasanah, Fahimah Aryani, and Bahtiar Effendi, "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pencegahan Stunting Pada Anak Balita," *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia* 2, no. 1 (2023): 1–6.

<sup>29</sup> Sopian, "Wawancara Tentang Ruang Lingkup Pasar Malam Desa Kadumekar Babakancikao."

jangkauan promosi, suara yang dipancarkan melalui pengeras suara otomatis dapat menjangkau lebih banyak orang di area tertentu, baik yang sedang lewat maupun yang berada di sekitar lokasi usaha. Selain itu, menjajakan produk di pasar malam melalui pengeras suara otomatis bisa efisiensi waktu dan tenaga, dengan pengeras suara otomatis, pedagang tidak perlu secara manual mengiklankan produk UMKM berulang kali. Hal ini menghemat energi sekaligus memungkinkan pelaku UMKM fokus pada tugas lain, seperti melayani pelanggan.

Selanjutnya *Kedua*, tim PKM menyampaikan strategi pemilihan lokasi usaha kepada pelaku UMKM lokal di pasar malam. Hal disampaikan dalam sosialisasi dengan pelaku UMKM, karena masih ada pelaku UMKM yang memilih lokasi usaha yang tidak terlihat baik karena penerangan lampu maupun karena lokasi usahanya yang membutuhkan space cukup lebar, sehingga pengunjung banyak yang tidak tahu dilokasi tersebut ada pedagang juga<sup>30</sup>. Pemilihan lokasi usaha sangat penting dilakukan, karena akan berdampak terhadap peluang penjualan produk yang dijual. Tim PKM memberikan beberapa tips dalam memilih lokasi usaha, salah satunya pilih lokasi berdasarkan kepadatan lalu lintas pengunjung untuk meningkatkan peluang penjualan. *Kedua*, pilih lokasi berdasarkan jenis produk yang dijual, jika makanan atau minuman cenderung lebih baik di tempat yang mudah diakses dan ramai. Sedangkan jika produk yang dijual memerlukan waktu lebih lama untuk dipilih (seperti pakaian atau aksesoris), pilih area yang lebih nyaman dan memungkinkan pelanggan berhenti lebih lama. *Ketiga*, pilih lokasi berdasarkan kondisi lingkungan seperti memiliki pencahayaan yang memadai, karena pasar malam berlangsung di waktu gelap. Dan pilih lokasi yang bersih, nyaman, dan tidak terlalu dekat dengan tempat sampah atau sumber bau tidak sedap.

Selanjutnya *ketiga*, tim PKM menyampaikan branding produk, karena berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola pasar malam, banyak pelaku UMKM yang belum memiliki label produk, apalagi pelaku UMKM makanan dan minuman, bahkan pelaku UMKM makanan dan minuman belum memiliki sistem packaging yang baik dan benar sesuai standar makanan<sup>31</sup>. Label produk atau brand produk sangat penting diperhatikan oleh pelaku UMKM, karena branding produk dapat meningkatkan daya tarik produk, branding yang kuat dengan visual menarik (logo, warna, dekorasi) membuat produk lebih menonjol di tengah keramaian pasar malam yang penuh dengan berbagai pilihan, dan

---

<sup>30</sup> Rosita, "Wawancara Seputar Pasar Malam Desa Kadumekar."

<sup>31</sup> Sopian, "Wawancara Tentang Ruang Lingkup Pasar Malam Desa Kadumekar Babakancikao."

pengunjung cenderung tertarik pada produk yang memiliki identitas visual yang unik dan terlihat profesional.

Selain itu, branding produk dapat membantu produk lebih mudah diingat, branding yang kuat, seperti nama merek yang mudah diingat, tagline, atau logo, memudahkan pelanggan mengenali produk UMKM dan mengingatnya untuk kunjungan berikutnya<sup>32</sup>. Hal ini juga membantu produk UMKM pasar malam memiliki keunggulan kompetitif dibanding penjual lain. Serta branding produk dapat membangun kepercayaan konsumen, identitas merek yang konsisten dan profesional menunjukkan kualitas serta keseriusan penjual dalam menghadirkan produk, sehingga pelanggan merasa lebih percaya untuk membeli dari merek yang terlihat serius dan memiliki reputasi yang baik.

### Gambar 2

Sosialisasi Pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan pasar malam



(Sumber : Dokumentasi Tim PKM Desa Kadumekar, 2025)

### 3. Diskusi Pemanfaatan Pasar Malam

Diskusi adalah proses interaksi antara dua orang atau lebih yang bertujuan untuk membahas suatu topik atau masalah tertentu<sup>33</sup>. Diskusi juga merupakan suatu bentuk interaksi atau komunikasi antara dua orang atau lebih yang bertujuan untuk membahas suatu topik, masalah, atau gagasan secara mendalam<sup>34</sup>. Dalam diskusi, setiap peserta memiliki kesempatan untuk menyampaikan pendapat, argumen, informasi, atau gagasan mereka, serta mendengarkan dan merespons pendapat orang lain. Diskusi biasanya dilakukan

<sup>32</sup> Rossy Marsela Puspita Rahayu, H Juanim, and others, "Penaruh City Branding Dan Social Media Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Nusantara (Suatu Survei Pada Generasi Z Yang Belum Pernah Melakukan Kunjungan Ke Objek Wisata Di Kabupaten Sumedang)" (Universitas Pasundan Bandung, 2023).

<sup>33</sup> Bunga Imelda et al., "Pentingnya Etika Berkomunikasi: Implementasi Seni Berbicara Anti Toxic," *Journal Of Human And Education (JAHE)* 5, no. 1 (2025): 20–26.

<sup>34</sup> Sahraini Tambak, "Metode Diskusi Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam," *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan* 12, no. 1 (2015): 1–20.

dengan pendekatan yang sistematis dan terstruktur untuk mencapai suatu kesepakatan, solusi, atau kesimpulan yang bermanfaat.

Dalam diskusi ini, tim PKM saling bertukar pikiran, informasi, dan pendapat untuk mencapai pemahaman yang lebih baik atau mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Diskusi ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan lebih dalam mengenai tantangan, strategi, dan pengalaman pelaku UMKM dalam mengelola usaha di pasar malam. Salah satu tantangan yang dihadapi pelaku UMKM pasar malam adalah masih terbatasnya permodalan usaha, karena lembaga perbankan tidak bisa memberikan akses permodalan usaha, jika legalitas usaha belum lengkap atau tidak ada<sup>35</sup>. Salah satu solusi yang bisa tim PKM berikan adalah melakukan pendampingan pembuatan NIB gratis. Karena masih banyaknya pelaku UMKM yang belum memiliki Nomor Ijin Berusaha (NIB), masih dianggap rumit dan sulit bagi pelaku UMKM, apalagi bagi pelaku UMKM yang mayoritas pendidikan lulusan SD, agak sedikit kesulitan memahami persyaratan dan alur pembuatan NIB secara mandiri. Dengan memiliki NIB usaha yang di jalankan pelaku UMKM di pasar malam sudah legal dan bisa lebih mudah mendapatkan akses permodalan dari lembaga keuangan. Dengan permodalan yang cukup, pelaku UMKM lokal bisa bersaing dengan pelaku UMKM diluar Desa Kadumekar, sehingga pelaku UMKM lokal bisa memanfaatkan pasar malam dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat desa Kadumekar.

Selain masalah tersebut, tim PKM juga berdiskusi mengenai strategi meningkatkan kepercayaan pengunjung, khususnya dengan pelaku UMKM makanan dan minuman. Strategi yang tim PKM berikan berupa kepemilikan sertifikat halal, harapannya dengan pelaku UMKM memiliki sertifikat halal produk yang dijual belikan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, bahwa produk yang diperjual belikan sudah tersertifikasi halal, sehingga aman untuk di konsumsi. Pembuatan sertifikat halal mengharuskan pelaku UMKM untuk memiliki NIB, memiliki nama dan jenis usaha yang jelas, produk terbuat dari bahan baku yang halal, proses produksi yang tidak mengandung unsur haram, dan memiliki sistem packaging yang sesuai standar. Sehingga wajar jika kepemilikan sertifikat halal pada pelaku UMKM dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan<sup>36</sup>.

Sesi diskusi ini memberikan gambaran yang lebih jelas tentang dinamika dan tantangan yang dihadapi serta strategi yang diterapkan oleh pelaku UMKM di Pasar Malam Kadumekar. Diskusi seperti ini sangat penting dilakukan untuk mendukung pemberdayaan UMKM dan meningkatkan keberlanjutan usaha di kalangan masyarakat.

---

<sup>35</sup> Sopian, "Wawancara Tentang Ruang Lingkup Pasar Malam Desa Kadumekar Babakancikao."

<sup>36</sup> Sopian, "Wawancara Tentang Ruang Lingkup Pasar Malam Desa Kadumekar Babakancikao."

Gambar 3  
Diskusi Tentang Pemanfaatan Pasar Malam Kadumekar



(Sumber : Dokumentasi Tim PKM Desa Kadumekar, 2025)

### C. Monitoring

Monitoring atau pengawasan adalah kegiatan yang bertujuan untuk memastikan bahwa suatu proses, program, atau kegiatan berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan yang telah ditetapkan<sup>37</sup>. Dalam konteks usaha, pengawasan sangat penting untuk menjaga kualitas, kepatuhan terhadap regulasi, dan efektivitas operasional. Monitoring juga diartikan sebagai proses dalam pengumpulan data dan pengukuran kemajuan terhadap objektivitas suatu program atau kegiatan. Proses ini bertujuan untuk memantau perubahan yang terjadi, dengan fokus pada proses dan hasil yang dicapai. Monitoring juga melibatkan analisis informasi secara sistematis berdasarkan indikator yang telah ditetapkan, sehingga memungkinkan pelaku usaha atau organisasi untuk mengevaluasi kinerja dan mengambil keputusan yang tepat berdasarkan data yang diperoleh<sup>38</sup>.

Monitoring pemberdayaan UMKM lokal melalui pemanfaatan pasar malam Kadumekar melalui *pre-test* dan *post-test* yang merupakan langkah penting dalam mengevaluasi efektivitas program pemberdayaan yang telah dilaksanakan. *Pre-test* dilakukan sebelum pemberdayaan UMKM untuk mengukur tingkat pengetahuan dan keterampilan awal pelaku UMKM, sedangkan *post-test* dilaksanakan setelah pemberdayaan untuk menilai peningkatan yang telah dicapai. Proses ini tidak hanya memberikan gambaran tentang pemahaman awal pelaku UMKM mengenai aspek-aspek penting dalam menjalankan usaha, tetapi juga membantu dalam mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Hasil dari *pre-test* sering kali menunjukkan adanya kesenjangan pengetahuan, karena untuk merancang materi pelatihan yang lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM.

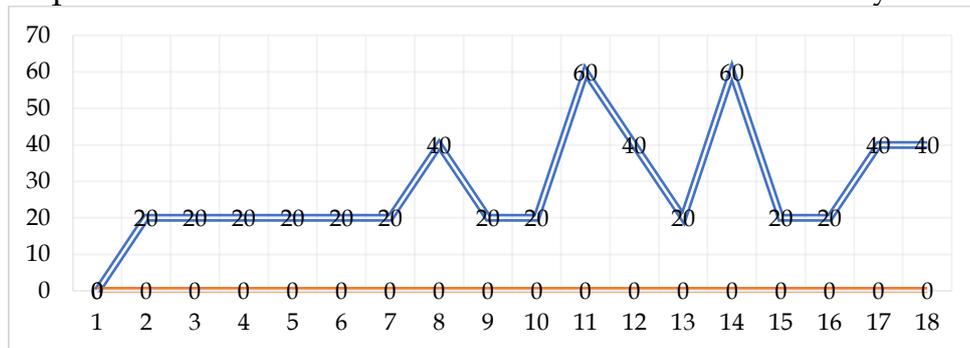
<sup>37</sup> Didi Djadjuli, "Pelaksanaan Pengawasan Oleh Pimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai," *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara* 4, no. 4 (2018): 565-573.

<sup>38</sup> Siti Lutfianingrum and Agus Prastyawan, "Analisis Pelaksanaan Pengisian Monitoring Dan Evaluasi Analisis Beban Kerja Berbasis Aplikasi ABK 2023 (Studi Kasus Pada Jabatan Pengadministrasi Umum Bidang Guru Dan Tenaga Kependidikan Dinas Pendidikan Kota Surabaya)," *Jurnal Inovasi Administrasi Negara Terapan (Inovant)* 4, no. 1 (2025).

Monitoring dalam PKM ini bertujuan tidak hanya meningkatkan kualitas usaha pelaku UMKM, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat di Desa Kadumekar. Adapun hasil monitoring sebelum dilaksanakan program PKM tentang sosialisasi pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan pasar malam adalah sebagai berikut:

Grafik 1

Hasil responded sebelum dilaksanakan Sosialisasi Pemberdayaan UMKM

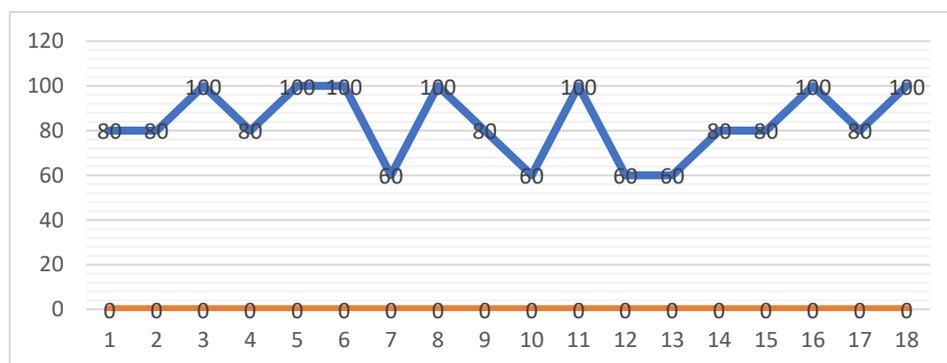


(Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2025)

Berdasarkan grafik 1 diatas, dapat dijelaskan bahwa tingkat pemahaman hasil monitoring atau responden mitra PKM sebelum dilaksanakan sosialisasi pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan pasar malam Kadumekar terdapat nilai minimal 0/100 dan paling tinggi mendapatkan nilai 60/100. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak mitra PKM yang memiliki pemahaman sangat rendah mengenai program ini. Sehingga program sosialisasi pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan pasar malam Kadumekar perlu dilaksanakan, supaya UMKM lokal Desa Kadumekar bisa memanfaatkan peluang pasar malam yang hadir di Desa Kadumekar dalam rangka meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat desa Kadumekar.

Grafik 2

Hasil Monitoring responden setelah dilaksanakan Sosialisasi Pemberdayaan UMKM Melalui Pemanfaatan Pasar Malam Kadumekar

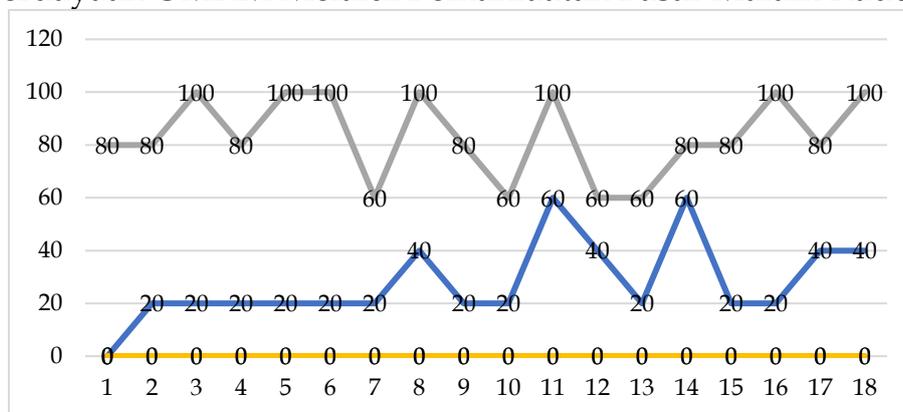


(Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2025)

Berdasarkan grafik 2 diatas, dapat dijelaskan bahwa tingkat pemahaman responden atau mitra PKM setelah dilaksanakan sosialisasi pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatn pasar malam Kadumekar terdapat nilai terendah minimal 60/100 dan paling tinggi mendapatkan nilai 100/100, atau jika dirata-ratakan di dapatkan hasil 83,33. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman responden sudah mengalami peningkatan yang signifikan. Sehingga hasil ini menandakan bahwa program PKM pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan pasar malam Kadumekar bisa diterima dan dapat bermanfaat bagi masyarakat/UMKM/ responden, serta sebagai bukti efektivitas sosialisasi yang dilaksanakan.

Grafik 3

Perbandingan Hasil responded sebelum dan sesudah dilaksanakan Sosialisasi Pemberdayaan UMKM Melalui Pemanfaatan Pasar Malam Kadumekar



(Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2025)

Berdasarkan grafik 3 di atas, dapat dijelaskan bahwa perbandingan tingkat pemahaman responded atau mitra PKM sebelum dan setelah dilaksanakan PKM tentang sosialisasi pemberdayaann UMKM melalui pemanfaatan pasar malam kadumekar mengalami perubahan yang sangat drastis dari nilai minimal 0/100 menjadi 60/100 dan nilai tertinggi dari asal nilai 60/100 menjadi 100/100. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan PKM tentang sosialisasi pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan pasar malam kadumekar memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman pelaku UMKM/masyarakat. Harapannya semoga dengan PKM ini UMKM lokal Desa Kadumekar bisa memahami strategi promosi yang tepat di pasar malam, strategi pemilihan lokasi usaha, branding produk, meningkatkan pendapatan usaha, memperluas jaringan sosial, dan mendorong inovasi produk.

#### D.Evaluasi

Evaluasi adalah suatu proses yang bertujuan untuk melakukan penilaian atau pengukuran terhadap kualitas, efektivitas, atau pencapaian suatu kegiatan, program,

atau kinerja<sup>39</sup>. Metode evaluasi yang digunakan untuk menilai dampak dari tim PKM dengan membandingkan kondisi atau hasil sebelum dan setelah pelaksanaan program dilaksanakan<sup>40</sup>. Selain itu, pelaksanaan evaluasi ini bertujuan untuk memberikan umpan balik yang berguna untuk memperbaiki di masa mendatang.

Tahap evaluasi ini dilakukan untuk pengevaluasian terhadap semua kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan pada tanggal 1 Februari sampai 2 Maret 2025, yang bertempat di Desa Kadumekar Kecamatan Babakancikao, Kabupaten Purwakarta terkhusus program tentang pemberdayaan UMKM lokal melalui pemanfaatan pasar malam kadumekar Purwakarta. Hasil Sosialisasi Pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan pasar malam pada pelaku UMKM lokal Desa Kadumekar adalah sebagai berikut:

Tabel 1  
Evaluasi hasil Sosialisasi Pemberdayaan UMKM Melalui Pemanfaatan Pasar Malam pada pelaku UMKM Desa Kadumekar Purwakarta

No.	Sebelum Pengabdian Kepada Masyarakat	Setelah Pengabdian Kepada Masyarakat
1.	Pelaku UMKM belum memahami pemanfaatan pasar malam	Pelaku UMKM sudah memahami pemanfaatan pasar malam guna meningkatkan pendapatan
2.	Pelaku UMKM belum menguasai metode untuk menarik pelanggan pasar malam	Pelaku UMKM sudah memahami metode untuk menarik pelanggan pasar malam agar produk dan jasa yang ditawarkan banyak diminati
3.	Pelaku UMKM belum mengetahui manfaat interaksi langsung dengan pelanggan pasar malam	Pelaku UMKM sudah mengetahui manfaat interaksi secara langsung dengan pelanggan pasar malam guna membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan
4.	Pelaku UMKM belum mengoptimalkan potensi pasar malam	Pelaku UMKM sudah bisa mengoptimalkan potensi pasar malam sehingga memberikan peluang bagi

<sup>39</sup> Anastasya Mechta Mediana and Hwihanus Hwihanus, "Audit Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Menilai Efektivitas Dan Efisiensi Terhadap Fungsi Rekrutmen, Pelatihan Dan Pengembangan Karier, Dan Penilaian Kinerja Sumber Daya Manusia Pada PT. Limpah Mas Indonesia (LMI) Cabang Surabaya," *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi* 2, no. 2 (2024): 193-212.

<sup>40</sup> Suparno Suparno and Luluk Asmawati, "Monitoring Dan Evaluasi Untuk Peningkatan Layanan Akademik Dan Kinerja Dosen Program Studi Teknologi Pembelajaran Pascasarjana," *JTPPM (Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran): Edutech and Intructional Research Journal* 6, no. 1 (2019).

No.	Sebelum Pengabdian Kepada Masyarakat	Setelah Pengabdian Kepada Masyarakat
		UMKM lokal untuk memperluas jaringan sosial dan meningkatkan pendapatan
5.	Pelaku UMKM belum mengetahui strategi promosi di pasar malam	Pelaku UMKM sudah mengetahui strategi promosi di pasar malam guna memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh pasar malam Kadumekar
6.	Pelaku UMKM belum mengetahui strategi pemilihan lokasi usaha yang tepat	Pelaku UMKM sudah mengetahui strategi pemilihan lokasi usaha yang tepat untuk memikat pelanggan dan meningkatkan peluang penjualan
7.	Pelaku UMKM belum mengetahui pentingnya branding produk	Pelaku UMKM sudah mengetahui pentingnya branding produk dari mulai label produk hingga packaging produk

(Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2025)

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum kegiatan sosialisasi pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan pasar malam didapatkan nilai rata-rata responded atau mitra PKM sebesar 27,77 (sangat tidak memahami), sedangkan setelah kegiatan PKM dilaksanakan didapatkan nilai rata-rata responded atau mitra PKM sebesar 83,33 poin kriteria memahami, karena berada dalam rate 76-85 (Memahami). Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan pasar malam sangat penting dilaksanakan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha serta mengembangkan produk lokal yang berkualitas. Selain itu, PKM ini pelaku UMKM sudah memahami pemanfaatan pasar malam guna meningkatkan pendapatan, metode untuk menarik pelanggan pasar malam agar produk dan jasa yang ditawarkan banyak diminati, sudah mengetahui manfaat interaksi secara langsung dengan pelanggan pasar malam guna membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, sudah bisa mengoptimalkan potensi pasar malam sehingga memberikan peluang bagi UMKM lokal untuk memperluas jaringan sosial dan meningkatkan pendapatan, sudah mengetahui strategi promosi di pasar malam guna memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh pasar malam Kadumekar, sudah mengetahui strategi pemilihan lokasi usaha yang tepat untuk memikat pelanggan dan meningkatkan peluang penjualan, dan sudah mengetahui pentingnya branding produk dari mulai label produk hingga packaging produk.

Melalui kegiatan sosialisasi pemberdayaan UMKM lokal melalui pemanfaatan pasar malam di lingkungan Desa Kadumekar Babakancikao Purwakarta diharapkan masyarakat setempat tidak hanya pelaku UMKM bisa memanfaatkan peluang hadirnya pasar malam, lahir pelaku UMKM baru karena media pemasarannya sudah tersedia melalui pasar malam, meningkatkan kesadaran tentang pentingnya peran UMKM dalam perekonomian lokal, setiap UMKM di Desa Kadumekar memiliki brand produk masing-masing dan tidak acuh terhadap izin usaha. Dengan demikian, program ini tidak hanya berhasil meningkatkan potensi pelaku UMKM lokal tetapi juga membekali pelaku UMKM dengan keterampilan yang diperlukan untuk dapat membuka peluang kerjasama dan kolaborasi di masa depan.

## V. UCAPAN TERIMAKASIH

Kami Tim PKM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Indonesia Purwakarta (STIES IP) mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan PKM ini, mulai dari Kepala Desa Kadumekar, pelaku UMKM lokal maupun luar Desa Kadumekar, Karang taruna Desa Kadumekar, serta kampus ungu STIES Indonesia Purwakarta yang dilaksanakan dari tanggal 01 Februari sampai 02 Maret 2025. Dan Tim PKM bersyukur di beri pembimbing yang amanah, tegas dan rasional kepada Bapak Jalaludin, S.E., M.E., CTI., CFO., CH., CHt., CI-CHt., CPW., C.STMI, atas dedikasinya terutama dalam memberikan solusi kepada kami Tim PKM, sekali lagi kami mengucapkan terimakasih.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, Afif Amir, and Cahya Arbitera. "Kegiatan Kompetisi Olah Raga Mahasiswa Antar Fakultas Sportavest 2023 Untuk Pemberdayaan UMKM Di Kelurahan Pondok Labu." *Ardhi: Jurnal Pengabdian Dalam Negeri* 2, no. 4 (2024): 9–13.
- Anggito, Albi, and Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.
- Arsyad, Muhammad, and Dhea Nur Wahyuni, Sri Fatira. *Biologi Umum*. GUEPEDIA, 2021.
- Bado, Basri. "Model Pendekatan Kualitatif: Telaah Dalam Metode Penelitian Ilmiah." Tahta Media Grup, 2022.
- Dadang. "Wawancara Tentang Asal Usul Datangnya Pelaku UMKM Pasar Malam Desa Kadumekar," 2025.
- Djadjuli, Didi. "Pelaksanaan Pengawasan Oleh Pimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai." *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara* 4, no. 4 (2018): 565–573.
- Ermawati, Yuli, Moh Sodikin, and Endah Supeni. "Strategi Pemberdayaan UMKM ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Volume 5, Nomor 1, Juli 2025 <http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/adindamas/> ISSN: 2798-2874 (Media Online) 2798-4702 (Media Cetak)

- Berbasis Sentra Wisata Kuliner Di Surabaya." In *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 2:390–404, 2022.
- Google Cendekia. "Pencarian Hasil Penelitian Dengan Kata Kunci "Pemberdayaan UMKM Melalui Pasar Malam" Melalui Google Scholar'," 2025. [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Pemberdayaan+UMKM+melalui+pasar+malam&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pemberdayaan+UMKM+melalui+pasar+malam&btnG=).
- Hanum, Filia, Syaifuddin Yana, Putri Mauliza, and others. *Pemberdayaan Masyarakat Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Perekonomian*. Mega Press Nusantara, 2024.
- Hasanah, Rochmatun, Fahimah Aryani, and Bahtiar Effendi. "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pencegahan Stunting Pada Anak Balita." *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia* 2, no. 1 (2023): 1–6.
- Hermila, A, Hendrayanto Hendrayanto, Rahmat Taufik R L Bau, and Indra Farman. "Sinergi Kreasi Dan Inovasi:Membangun Citra Melalui Sentuhan Kreatif Visual Pada Event Pasar Seni Huntu ART Distrik Gorontalo." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 3 (2024): 4700–4705.
- Ie, Mei, Haris Maupa, Madris, and Others. *Disabilitas Dan Kewirausahaan: Jalan Menuju Kemandirian Ekonomi*. Takaza Innovatix Labs, 2024.
- Imelda, Bunga, Chandra Muhamad Syafi'i, Daniel Sapta Palguna, Desinta Dwi Rahayu, and Wahyuning Chumaeson. "Pentingnya Etika Berkomunikasi: Implementasi Seni Berbicara Anti Toxic." *Journal Of Human And Education (JAHE)* 5, no. 1 (2025): 20–26.
- Lutfianingrum, Siti, and Agus Prastyawan. "Analisis Pelaksanaan Pengisian Monitoring Dan Evaluasi Analisis Beban Kerja Berbasis Aplikasi ABK 2023 (Studi Kasus Pada Jabatan Pengadministrasi Umum Bidang Guru Dan Tenaga Kependidikan Dinas Pendidikan Kota Surabaya)." *Jurnal Inovasi Administrasi Negara Terapan (Inovant)* 4, no. 1 (2025).
- Maisaroh, Ima, Titi Stiawati, and Abdurohim Abdurohim. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kegiatan Sosialisasi Dan Penyuluhan Pengolahan Sayur Organik, Penanganan Hama Tanaman Dan Strategi Pemasaran Hasil Pertanian Di Desa Bojong Catang Kabupaten Serang." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 4 (2023): 7246–7252.
- Masriansyah, Luki. "Go Digital and Customer Relationship Marketing Sebagai Strategi Pemulihan Bisnis Umkm Yang Efektif Dan Efisien Di Masa Adaptasi New Normal." *Equator Journal of Management and Entrepreneurship* 8, no. 4 (2020): 126–140.
- Mayasari, Riana, Jovan Febriantoko, Rian Rahmanda Putra, Hendra Hadiwijaya, and

- Dedy Kurniawan. *Digitalisasi Desa: Pilar Pembangunan Ekonomi Desa*. Penerbit Nem, 2022.
- Mediana, Anastasya Mechta, and Hwihanus Hwihanus. "Audit Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Menilai Efektivitas Dan Efisiensi Terhadap Fungsi Rekrutmen, Pelatihan Dan Pengembangan Karier, Dan Penilaian Kinerja Sumber Daya Manusia Pada PT. Limpah Mas Indonesia (LMI) Cabang Surabaya." *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi* 2, no. 2 (2024): 193-212.
- Nartin, S E, S E Faturrahman, M Ak, H Asep Deni, C Q M Mm, Yuniawan Heru Santoso, S Se, et al. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cendikia Mulia Mandiri, 2024.
- Nasution, Suhailasari, and Arfannudin Nurbaiti. *Teks Laporan Hasil Observasi Untuk Tingkat SMP Kelas VII*. Guepedia, 2021.
- Nasution, Ucok Binanga, Muzayyanah Yuliasih, Loso Judijanto, Sinar Dharmayana Putra, Rr Christiana Mayang Anggraeni Stj, and Kun Setiyono. *Bisnis Kuliner: Teori Dan Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Nazir, Moh. "Metode Penelitian." *Jakarta: Ghalia Indonesia* (1988).
- Pamungkas, Bani. "Pedagang Kaki Lima Dan Pengembangan Kota: Analisa Kebijakan Pengelolaan Pasar Malam PKL Kota Jakarta Dan Kuala Lumpur" (2016).
- Pare, Alprianti, and Hotmaulina Sihotang. "Pendidikan Holistik Untuk Mengembangkan Keterampilan Abad 21 Dalam Menghadapi Tantangan Era Digital." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023): 27778.
- Pedagang. "Wawancara Tentang Interaksi Sosial Di Pasar Malam Desa Kadumekar," 2025.
- Rahayu, Rossy Marsela Puspita, H Juanim, and others. "Penaruh City Branding Dan Social Media Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Nusantara (Suatu Survei Pada Generasi Z Yang Belum Pernah Melakukan Kunjungan Ke Objek Wisata Di Kabupaten Sumedang)." Universitas Pasundan Bandung, 2023.
- Rosita. "Wawancara Seputar Pasar Malam Desa Kadumekar," 2025.
- Rukmana, Jaya, and Putri Rachmah Amalia. "Konsep Takdir Dalam Prespektif Hadits: Kajian Ma'anil Hadis Terhadap Hadis Al-Bukhari Nomor 3208." *Al Isnad: Journal of Indonesian Hadith Studies* 3, no. 2 (2022): 110-117.
- Sopian. "Wawancara Tentang Ruang Lingkup Pasar Malam Desa Kadumekar Babakancikao," 2025.
- Suparno, Suparno, and Luluk Asmawati. "Monitoring Dan Evaluasi Untuk Peningkatan Layanan Akademik Dan Kinerja Dosen Program Studi Teknologi Pembelajaran Pascasarjana." *JTPPM (Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran): Edutech and Intructional Research Journal* 6, no. 1 (2019).

- Syaparuddin, Syaparuddin, and Elihami Elihami. "Peranan Pendidikan Nonformal Dan Sarana Pendidikan Moral." *Jurnal edukasi nonformal* 1, no. 1 (2019): 173-186.
- Tabroni, Imam, and Rini Purnamasari. "Kajian Yasinan Mingguan Dalam Membina Karakter Masyarakat Pada Masa Covid-19 Di Perumahan Lebak Kinasih Purwakarta." *Sivitas: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2, no. 1 (2022): 9-18.
- Tambak, Sahraini. "Metode Diskusi Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam." *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan* 12, no. 1 (2015): 1-20.
- Trisdayanti, Ni Putu Eka, and Nina Indra Kristiana. "Perempuan Pemimpin: Membingkai Pariwisata Budaya Melalui Kuliner Sehat Dan Berkelanjutan." *KAMALA* (2024): 71.