

KELAS WIRAUSAHA PELAJAR: INKUBASI PRODUK LOKAL DAN MARKET DAY SEKOLAH UNTUK MENDUKUNG UMKM DESA BANTARAGUNG, MAJALENGKA JAWA BARAT

Oleh:

¹Eko Gumaya Sari, ²Taufan Gojali, ³Tarto, ⁴Dhea Zatira

¹Akuntansi, Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri

Jl. By Pass Jomin No.69, Jomin Bar., Kec. Kota Baru, Karawang, Jawa Barat 41374

²Administrasi Bisnis, Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri

Jl. By Pass Jomin No.69, Jomin Bar., Kec. Kota Baru, Karawang, Jawa Barat 41374

^{3,4}Manajemen, Universitas Muhammadiyah Tangerang

Jl. Perintis Kemerdekaan I No.33, RT.007/RW.003, Babakan, Cikokol, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15118

e-mail :eggysyfa@yahoo.com¹, taufangojali68@gmail.com², tartoasmara45@gmail.com³,
dhea.zatira7@gmail.com⁴

ABSTRACT

The Community Service Program entitled “Student Entrepreneurship Class: Local Product Incubation and School Market Day to Support MSMEs in Bantaragung Village, Majalengka, West Java” is an initiative aimed at enhancing students’ entrepreneurial spirit while supporting the development of local MSME products in the village. This program is motivated by the low involvement of young people in local economic development, as well as the limited promotion and innovation of MSME products within the village environment. The activities are carried out through several stages, namely program socialization, entrepreneurship training, local product incubation assistance, branding and basic marketing training, and the implementation of a school market day as a business practice platform for students. The target participants of this program include junior high school and senior high school/vocational school students, MSME actors, and schools in Bantaragung Village. The methods used in this program are educational and participatory approaches through lectures, discussions, hands-on practice, marketing simulations, and mentoring. Through this activity, students are expected to improve their creativity, communication skills, marketing abilities, and practical entrepreneurial experience. In addition, this program is also expected to help promote local village products, strengthen collaboration among schools, universities, and the community, and support economic growth based on local potential. The expected outcomes of this program include the establishment of student entrepreneurship groups, increased entrepreneurial interest among the younger generation, the development of local product innovation, and the sustainable implementation of school market days as a promotional platform for MSME products from Bantaragung Village.,

Keywords: *Entrepreneurship, Market Day, Community Service Program*

ABSTRAK

Program Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul “Kelas Wirausaha Pelajar: Inkubasi Produk Lokal dan Market Day Sekolah untuk Mendukung UMKM Desa Bantaragung,

Majalengka, Jawa Barat” merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan pelajar sekaligus mendukung pengembangan produk lokal UMKM desa. Program ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya keterlibatan generasi muda dalam pengembangan ekonomi lokal serta terbatasnya promosi dan inovasi produk UMKM di lingkungan desa. Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu sosialisasi program, pelatihan kewirausahaan, pendampingan inkubasi produk lokal, pelatihan branding dan pemasaran sederhana, serta pelaksanaan market day sekolah sebagai media praktik bisnis bagi pelajar. Sasaran kegiatan meliputi pelajar tingkat SMP dan SMA/ sederajat, pelaku UMKM, serta pihak sekolah di Desa Bantaragung, Kabupaten Majalengka. Metode yang digunakan dalam program ini adalah metode edukatif dan partisipatif melalui ceramah, diskusi, praktik langsung, simulasi pemasaran, dan pendampingan. Melalui kegiatan ini diharapkan pelajar mampu meningkatkan kreativitas, keterampilan komunikasi, kemampuan pemasaran, dan pengalaman berwirausaha secara nyata. Selain itu, program ini juga diharapkan dapat membantu promosi produk lokal desa, memperkuat kolaborasi antara sekolah, perguruan tinggi, dan masyarakat, serta mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis potensi lokal. Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini adalah terbentuknya kelompok pelajar wirausaha, meningkatnya minat kewirausahaan generasi muda, berkembangnya inovasi produk lokal, serta terselenggaranya market day sekolah sebagai sarana promosi produk UMKM Desa Bantaragung secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Market Day, Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif dan kewirausahaan saat ini menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan. Desa memiliki berbagai potensi lokal yang dapat dikembangkan menjadi produk bernilai ekonomi, baik berupa makanan khas, kerajinan tangan, hasil pertanian, maupun produk kreatif lainnya. Namun demikian, masih banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa yang menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan pemasaran, minimnya inovasi produk, kurangnya pemanfaatan media digital, serta rendahnya keterlibatan generasi muda dalam pengembangan usaha lokal.

Desa Bantaragung, Kabupaten Majalengka, Jawa Barat merupakan salah satu desa yang memiliki potensi produk lokal yang cukup beragam. Potensi tersebut dapat menjadi kekuatan ekonomi masyarakat apabila didukung dengan pengembangan sumber daya manusia, kreativitas, dan inovasi pemasaran yang berkelanjutan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melibatkan pelajar sebagai generasi muda dalam kegiatan kewirausahaan berbasis potensi lokal.

Pelajar memiliki peran strategis sebagai agen perubahan dan inovasi di lingkungan masyarakat. Melalui pendidikan kewirausahaan sejak dini, pelajar tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga pengalaman praktik dalam mengelola usaha, memasarkan produk, membangun kerja sama tim, serta memahami proses bisnis secara sederhana. Kegiatan kewirausahaan juga dapat meningkatkan kreativitas, kemampuan komunikasi, kepemimpinan, dan rasa percaya diri pelajar.

Program “Kelas Wirausaha Pelajar: Inkubasi Produk Lokal dan Market Day Sekolah untuk Mendukung UMKM Desa Bantaragung, Majalengka, Jawa Barat” merupakan bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dirancang untuk menghubungkan dunia pendidikan dengan pengembangan ekonomi masyarakat desa. Program ini akan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelajar dalam mengembangkan produk

lokal, membuat strategi pemasaran sederhana, melakukan branding produk, hingga menyelenggarakan kegiatan market day di lingkungan sekolah.

Melalui kegiatan market day, pelajar akan memperoleh pengalaman langsung dalam memasarkan produk kepada konsumen. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi sarana promosi bagi produk-produk UMKM Desa Bantaragung agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Program ini diharapkan mampu membangun kolaborasi antara sekolah, perguruan tinggi, pelaku UMKM, dan masyarakat desa dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan yang produktif dan berkelanjutan.

Dengan adanya program ini, diharapkan lahir generasi muda yang kreatif, inovatif, dan memiliki jiwa kewirausahaan yang kuat, sekaligus mendukung pengembangan ekonomi lokal berbasis potensi desa. Dengan latar belakang tersebut, maka program pengabdian masyarakat ini diarahkan untuk menyelenggarakan “Kelas Wirausaha Pelajar: Inkubasi Produk Lokal dan Market Day Sekolah untuk Mendukung UMKM Desa Bantaragung, Majalengka Jawa Barat” dengan fokus Secara khusus, program ini akan menitik-beratkan pada aspek peningkatan pemahaman dan keterampilan kewirausahaan pelajar di Desa Bantaragungmendorong pelajar untuk berpartisipasi dalam pengembangan produk lokal desa. Sekain itu membantu promosi dan pemasaran produk UMKM Desa Bantaragung melalui kegiatan sekolah. Serta menciptakan kolaborasi antara sekolah, perguruan tinggi, dan masyarakat dalam pengembangan ekonomi lokal.

TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan

Wirausaha dipandang sebagai salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus berperan sebagai inovator dalam pengembangan perekonomian. Semakin besar jumlah wirausaha di suatu negara, maka semakin besar pula peluang pertumbuhan ekonomi negara tersebut berkembang secara positif. Untuk menjadi seorang wirausaha, seseorang perlu memiliki jiwa kewirausahaan dalam dirinya. (Karomah, 2024)

Jiwa kewirausahaan merupakan kemampuan untuk menciptakan nilai tambah meskipun berada dalam keterbatasan, dengan cara melihat peluang usaha serta mengelola sumber daya yang tersedia agar peluang tersebut dapat diwujudkan. Sikap kewirausahaan juga menjadi bekal penting bagi individu dalam menjalani kehidupan bermasyarakat. Pada dasarnya, jiwa merupakan sesuatu yang bersifat abstrak dan tidak dapat dilihat secara langsung, tetapi dapat dipahami melalui perilaku, tindakan, maupun gejala yang tampak pada diri seseorang. Oleh sebab itu, setiap manusia memiliki karakter dan kecenderungan yang berbeda-beda dalam menampilkan sikap serta perilakunya. (Pramayanti, 2025).

Seseorang yang memiliki jiwa wirausaha adalah mereka yang didalam kepribadiannya telah terinternalisasikan nilai-nilai kewirausahaan, yakni kepribadian yang memiliki tindakan kreatif sebagai nilai, gemar berusaha, tegar dalam berbagai tantangan, percaya diri, memiliki *self determination* atau *locus of control*, berkemampuan mengelola risiko, perubahan dipandangsebagai peluang, toleransi terhadap banyaknya pilihan, inisiatif dan memiliki *need for achievement*, perfeksionis, perpendangan luas, menganggap waktu sangat berharga serta memiliki motivasi yang kuat, dan karakter itu semua telah menginternal sebagai nilai-nilai yang diyakini benar. (Kuratko, 2003)

Minat kewirausahaan secara garis besar dipengaruhi oleh dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang timbul karena pengaruh dari dalam diri individu itu sendiri seperti kebutuhan akan pendapatan, harga diri,

perasaan senang, dan lain-lain. Faktor eksternal adalah faktor yang mempengaruhi individu karena pengaruh dari luar dirinya sendiri yang meliputi lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, lingkungan internasional, perubahan teknologi, kondisi ekonomi, budaya dan sosial (Yoon, Tong, & Loy, 2011).

Program Market Day

Program market day adalah salah satu bentuk program kewirausahaan yang diarahkan untuk menumbuh kembangkan karakter peserta didik. Di dalam ruang lingkup pendidikan, peserta didik harus senantiasa diarahkan untuk memiliki perubahan diri melalui jiwa kreatif dan inovatif melalui program-program unggulan yang berkualitas. Dengan kegiatan Market Day ini, anak-anak diharapkan teredukasi sejak dini bagaimana cara berjualan yang baik. Anak-anak akan terbiasa dengan konsep kejujuran misalnya dalam timbangan, takaran, barang mana yang baik dan mana yang rusak.(Caniago, 2024).

Program Market Day hadir sebagai solusi inovatif untuk mengatasi tantangan tersebut. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pengalaman langsung kepada siswa dalam mengelola usaha, tetapi juga melatih keterampilan sosial, komunikasi, dan manajemen keuangan. Tujuan dari Market Day adalah agar siswa yang terlibat mengalami peningkatan signifikan dalam hal kreativitas, kemandirian, dan kemampuan berkolaborasi. Namun, meskipun program ini telah diadopsi oleh beberapa sekolah, masih terdapat kesenjangan dalam hal evaluasi dan pengukuran dampak jangka panjangnya terhadap pembentukan jiwa kewirausahaan siswa. (Utama, 2025). Pelaksanaan Market Day di sekolah dasar tidak hanya berfokus pada pemberian pengetahuan tentang kewirausahaan, tetapi juga menciptakan suasana pembelajaran yang menyenangkan dan interaktif (Mitarsi, 2025).

Keberhasilan program Market Day dalam membentuk karakter kewirausahaan siswa memerlukan dukungan serta keterlibatan aktif dari berbagai pihak, seperti pendidik, orang tua, dan masyarakat. Program ini menjadi sarana penting untuk menanamkan nilai-nilai kewirausahaan kepada peserta didik sejak dini. Dalam pelaksanaannya, dukungan dari lingkungan sekolah dan keluarga memiliki pengaruh besar terhadap tumbuhnya jiwa wirausaha pada anak. Perkembangan peserta didik tidak terlepas dari interaksi antara lingkungan mikro, yaitu keluarga dan sekolah, dengan lingkungan makro seperti kebijakan pendidikan yang berlaku. Apabila dukungan dari sekolah dan orang tua kurang optimal, maka tujuan pelaksanaan Market Day dikhawatirkan sulit tercapai secara maksimal. Keterlibatan orang tua dalam aktivitas kewirausahaan siswa juga mampu meningkatkan motivasi belajar serta rasa percaya diri anak. Dengan penanaman karakter kewirausahaan sejak usia dini, diharapkan akan lahir generasi muda yang tidak hanya berprestasi dalam bidang akademik, tetapi juga memiliki semangat berwirausaha serta mampu memberikan kontribusi positif bagi masyarakat.(Utama, 2025).

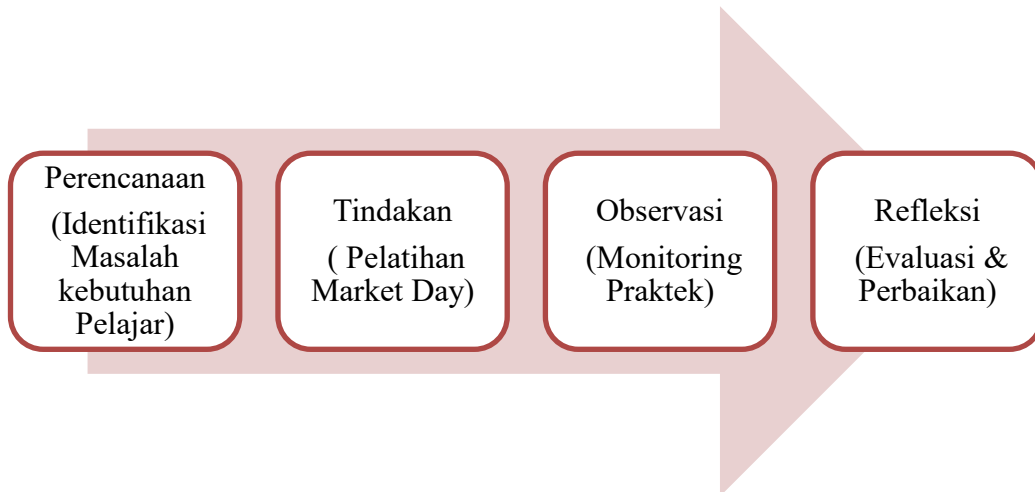
METODE PENELITIAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research (PAR)*, yakni suatu metode partisipatif yang menggabungkan proses penelitian dengan tindakan nyata secara kolaboratif antara tim pelaksana dan masyarakat sasaran. Pendekatan ini dipilih karena dapat mendorong keterlibatan aktif peserta di setiap tahap kegiatan, sehingga hasil yang dicapai tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga praktis dan berkelanjutan.

PAR memiliki karakteristik utama berupa siklus berulang yang terdiri dari tahapan perencanaan (*planning*), tindakan (*action*), observasi (*observation*), dan refleksi (*reflection*). (Siswadi, 2024). Dalam konteks kegiatan ini, siklus tersebut diterapkan secara

sistematis untuk meningkatkan kompetensi pelajar dalam bidang digital marketing, khususnya pada pembuatan pembuatan produk local yang kreatif dan strategi kampanye digital. Metode ini dipilih karena mampu mengintegrasikan pembelajaran teoritis dengan pengalaman praktis dalam komunitas, sehingga peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual mengenai kepercayaan diri, tetapi juga dapat langsung mengaplikasikan keterampilan tersebut dalam kegiatan berbasis komunitas. Dengan pendekatan ini, program tidak hanya berorientasi pada penguatan individu, tetapi juga bertujuan untuk memperkuat peran remaja di lingkungan sekitar.

Tahapan *Participatory Action Research (PAR)* dapat dilihat pada gambar alur di bawah ini



Gambar 1. Tahapan PkM
Sumber gambar: Penulis, 2026

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian pada Masyarakat (P2M) merupakan kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa dan Dosen Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri dan Universitas Muhammadiyah Tangerang yang berkolaborasi dengan Perguruan Tinggi lain yang dihadiri oleh peserta terdiri dari 10 orang yang merupakan perwakilan pelajar tingkat SMP di Desa Bantaragung Kegiatan diselenggarakan pada 08-09 Mei 2026 bertempat di ruang kelas SD Negeri Bantaragung 1 beralamat di Blok Desa Bantaragung, Majalengka, Jawa Barat.

Kegiatan pelatihan dilakukan dengan beberapa tahapan. Tahapan tersebut dilakukan untuk mengetahui permasalahan dan mencari jalan keluar atau solusi terhadap permasalahan yang dihadapi, utamanya kepada kelas ikubasi produk lokal. Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk pemberian solusi dalam mengatasi permasalahan yang berhubungan dengan inkubasi produk local dan market Day pada Siswa Sekolah sebagai berikut;

Tahap pertama, yaitu perencanaan (*planning*) diawali dengan kegiatan identifikasi kebutuhan melalui observasi lapangan dan diskusi kelompok terarah (focus group discussion/FGD) bersama pengelola desa wisata. Pada tahap ini dilakukan pemetaan tingkat literasi digital, pemahaman terhadap media sosial, serta potensi produk lokal yang dapat dikembangkan dalam pelaksanaan Market Day. Hasil identifikasi ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam penyusunan materi pelatihan yang kontekstual dan sesuai dengan kebutuhan peserta.

Kegiatan yang dilakukan pada tahap pertama diantaranya:

1. Melakukan rapat koordinasi dengan tim atau dengan panitia pelaksana abdimas.
2. Koordinasi dengan mitra yaitu Desa Bantaragung, Majalengka Jawa Barat
3. Membuat proposal permohonan ijin kegiatan pengabdian masyarakat kepada Kepala Desa Bantaragung .
4. Kunjungan awal ke Desa Bantar Agung
5. Pengurusan administrasi (surat-menyurat).
6. Persiapan alat mulai dari membuat form absen dan sertifikat
7. Penyusunan bahan/materi pelatihan : slide Power point Kelas Wirausaha Pelajar: Inkubasi Produk Lokal dan Market Day Sekolah
8. Promosi Pariwisata Lokal Desa Wisata
9. Kegiatan Gladi bersih untuk panitia di hari H.



Gambar 2. Flyer Kegiatan PKM

Pada tahap awal, tim pelaksana melakukan koordinasi dengan pihak sekolah dan pemerintah Desa Bantaragung terkait kebutuhan kegiatan, penentuan peserta, serta penyusunan jadwal pelaksanaan program. Hasil koordinasi menunjukkan adanya dukungan penuh dari pihak sekolah dan pemerintah desa terhadap pelaksanaan kegiatan karena program dinilai mampu memberikan manfaat edukatif dan ekonomi bagi masyarakat.

Tahap kedua, yaitu *action (tindakan)* diimplementasikan rencana yang telah disusun bersama benar-benar dilaksanakan dalam bentuk kegiatan nyata di lapangan. Pada tahap ini, penulis dan masyarakat tidak lagi hanya berdiskusi atau menganalisis masalah, tetapi mulai menerapkan solusi yang telah disepakati secara kolaboratif.

Adapun secara rinci kegiatan dilaksanakan sebagai berikut;

1. Presentasi diawali dengan pengenalan tim dosen abdimas. Pengenalan tim dosen abdimas yang menjelaskan peran, tujuan, serta latar belakang kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
2. Setelah itu, para dosen memberikan sosialisasi mengenai Kelas Wirausaha Pelajar: Inkubasi Produk Lokal dan Market Day Sekolah untuk Mendukung UMKM Desa.

Kegiatan sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman awal kepada peserta mengenai tujuan, manfaat, dan rangkaian program yang akan dilaksanakan. Dalam kegiatan ini peserta diberikan motivasi mengenai pentingnya jiwa kewirausahaan sejak usia pelajar, terutama dalam menghadapi tantangan ekonomi dan perkembangan dunia usaha saat ini.

3. Memberikan materi dalam bentuk ceramah dan demonstrasi tentang tips dan langkah konkrit dalam mengadakan *market day*. Materi disampaikan melalui metode ceramah yang terstruktur, disertai demonstrasi langsung untuk memperlihatkan contoh persiapan *market day* dan produk lokal yang dipasarkan. Melalui kombinasi penjelasan teori dan praktik, peserta diharapkan mampu memahami konsep dengan lebih jelas dan mampu menerapkannya dalam lingkungan sehari-hari maupun dalam konteks kerja sama kelompok. Pelatihan kewirausahaan menjadi salah satu kegiatan utama dalam program ini. Materi yang diberikan meliputi; 1. Dasar-dasar kewirausahaan. 2. Kreativitas dan inovasi produk. 3. Strategi pemasaran sederhana. 4. Branding dan pengemasan produk. 5. Pengelolaan keuangan usaha sederhana. 6. Pemanfaatan media digital untuk promosi produk. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama pelatihan berlangsung. Hal tersebut terlihat dari keaktifan peserta dalam sesi diskusi, tanya jawab, dan praktik sederhana mengenai pengembangan produk. Selain itu, peserta mulai memahami bahwa kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan kegiatan menjual produk, tetapi juga membutuhkan kreativitas, komunikasi, kerja sama tim, dan kemampuan membaca peluang pasar.



Gambar 3. Kegiatan pemberian materi

4. Tanya Jawab Tanya Jawab

Tanya jawab dan diskusi dalam pelatihan ini dilakukan untuk menggali persoalan-persoalan yang berhubungan dengan materi bagaimana mempersiapkan *Market Day*. Selain itu juga terkait kelemahan dan permasalahan yang sering dihadapi peserta Pelatihan.



Gambar 4 Foto sesi tanya jawab

Tahap ketiga, yaitu observasi (*observation*) dilakukan selama proses pelatihan dan pendampingan berlangsung. Tim pelaksana melakukan pemantauan terhadap keterlibatan peserta, kemampuan dalam mengimplementasikan materi, serta perencanaan market day yang dibuat. Selain itu, observasi juga mencakup analisis awal terhadap persiapan market day di media social sekolah.

Tahap keempat atau terakhir yaitu refleksi (*reflection*) dilakukan melalui evaluasi bersama antara tim pelaksana dan peserta. Evaluasi ini mencakup diskusi mengenai kendala yang dihadapi, tingkat pemahaman peserta, serta efektivitas metode pelatihan yang telah dilakukan. Tahap ini dilaksanakan sebagai upaya untuk menilai efektivitas, ketercapaian tujuan, serta dampak dari seluruh rangkaian kegiatan yang telah dilakukan. Evaluasi dilakukan menggunakan metode wawancara, yang dipilih karena mampu memberikan informasi secara lebih mendalam dan menggali pengalaman langsung dari para peserta. Hasil wawancara menunjukkan bahwa 8 dari 10 pelajar merasakan manfaat langsung dari kegiatan yang diberikan, terutama dalam peningkatan kompetensi jiwa kewirasusahaan dalam pelaksanaan Market Day. Hasil refleksi digunakan sebagai dasar untuk melakukan perbaikan pada siklus berikutnya, baik dalam hal metode penyampaian materi, pendampingan, maupun strategi implementasi.

Upaya untuk meningkatkan keterampilan wirausaha pelajar di Desa Bantaraging, Majalengka, Jawa Barat dilakukan dengan pemaparan Materi akan diberikan langsung oleh tim dosen. Metode pelatihan dipandang cukup efektif untuk diimplementasikan oleh para peserta. Perangkat desa, sekolah dan peserta kegiatan juga menilai bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kompetensi pelajar dalam mengembangkan potensi desa. Namun demikian, beberapa catatan perbaikan tetap muncul, seperti perlunya waktu pelatihan yang lebih panjang, pendampingan lanjutan, serta penyesuaian materi agar lebih sederhana dan sesuai kebutuhan peserta.

PENUTUP

Kesimpulan Dan Saran

Program Pengabdian Kepada Masyarakat yang berjudul “Kelas Wirausaha Pelajar: Inkubasi Produk Lokal dan Market Day Sekolah untuk Mendukung UMKM Desa Bantaraging, Majalengka, Jawa Barat” merupakan salah satu bentuk kontribusi nyata perguruan tinggi dalam mendukung pengembangan sumber daya manusia dan pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. Program ini dirancang untuk menanamkan jiwa

kewirausahaan kepada pelajar melalui kegiatan edukasi, pelatihan, pendampingan, serta praktik langsung dalam pengembangan dan pemasaran produk lokal.

Melalui kegiatan inkubasi produk lokal dan market day sekolah, diharapkan pelajar mampu meningkatkan kreativitas, kemampuan komunikasi, keterampilan pemasaran, serta pengalaman berwirausaha secara nyata. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi sarana promosi bagi produk-produk UMKM Desa Bantaragung agar lebih dikenal masyarakat dan memiliki daya saing yang lebih baik.

Kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi pelajar dan sekolah, tetapi juga memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, sekolah, pelaku UMKM, dan masyarakat dalam membangun ekosistem kewirausahaan berbasis potensi lokal. Dengan adanya sinergi tersebut, diharapkan program dapat berjalan secara berkelanjutan dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat desa. Peran aktif lembaga dapat lebih ditingkatkan, sebagai peran serta lembaga dalam memberikan kontribusi bagi masyarakat sekitar dan berbagi ketrampilan bagi masyarakat untuk lebih berdaya guna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdimas, Tim Dosen. *Pengabdian Masyarakat Dengan UMKM Surabaya Berbasis Online Menggunakan Media Video Conference Google Meet*. DeePublish, 2021.
- Caniago, R. (2024). *Implementasi Program Market Day Untuk Penguatan Pada Tema Kewirausahaan Siswa Kelas V Min 2 Kota Bengkulu* (Doctoral dissertation, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu).
- Karomah, N. G., Estiana, R., Rian, H., Utami, R. T., & Gustiawan, H. (2024). Manajemen Pemasaran UMKM Keripik Kentang di Era Digital pada Desa Wisata Margaluyu, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat STIE Surakarta*, 3(1), 98-104.
- Karomah, N. G., Pramulanto, H., Estiana, R., & Putrapratama, J. L. (2024). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Di Dealer Mobil Honda Kumala Kawarang. *Jurnal Manajemen Diversitas*, 4(2), 1-12.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing*. New York: Pearson.
- Kuratko, D. F. (2003). Entrepreneurship Education: Emerging Trends and Challenges for the 21 St Century. *Unm.Edu*, 124–136. Retrieved from http://www.unm.edu/~asalazar/Kauffman/Entrep_research/e_ed.pdf.
- Mitarsi, P., Asha, L., & Oktor, A. R. (2025). *Implementasi program market day dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan peserta didik kelas iv di sdn 134 rejang lebong* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Curup.).
- Pramayanti, D. I., Fazriah, S., Sari, E. G., Zikri, A., & Ali, K. F. (2025). TRANSFORMASI UMKM BERBASIS ISLAMIC SOCIOPRENEUR MENUJU DIGITALISASI DAN GLOBALISASI PADA UMKM DESA WARNASARI, KABUPATEN BANDUNG. *JURNAL ABDIMAS PLJ*, 5(1), 16-23.

- Sari, E. G., Gojali, T., Erfiyana, E., Suryadi, D., & Purwitasari, M. E. (2025). PELATIHAN MANAJEMEN KEUANGAN RUMAH TANGGA UNTUK IBU PKK DI DESA KARYAMEKAR, PASIRWANGI, GARUT, JAWA BARAT. *JURNAL ABDIMAS PLJ*, 5(2), 180-188
- Siswadi, S., & Syaifuddin, A. (2024). Penelitian Tindakan Partisipatif Metode Par (Participatory Action Research) Tantangan dan Peluang dalam Pemberdayaan Komunitas. *Ummul Qura Jurnal Institut Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan*, 19(2), 111-125.
- Utama, J. A., Azizah, I. A. N., & Nisa, L. C. (2025). MENUMBUHKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN MELALUI PROGRAM MARKET DAY (STUDI KASUS DI SDN LALANGON I KABUPATEN SUMENEP). *Ta'liman: Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 1(1 Mei), 28-45.
- Yoon, D., Tong, K., & Loy, L. C. (2011). Factors Influencing Entrepreneurial Intention Among University Students. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 3(1), 487–496.