

# Partisipasi Mahasiswa KKN Tematik dalam Jangkepan sebagai Media Promosi UMKM di Kelurahan Ngronggo

<sup>a\*</sup> Muhammad Fajrin Aswad Ad-Duali, <sup>b</sup> Nora Yuniar Setyaputri, <sup>c</sup> Erwin Ferdianto, <sup>d</sup> Eriana Sri Rahayu, <sup>e</sup> Vivi Oktavia, <sup>f</sup> Vidia Arifatur Rohmah, <sup>g</sup> Astri Indah Prabawati, <sup>h</sup> Much. Akas Prasetyan, <sup>i</sup> Madeyang Dino Prabowo, <sup>j</sup> Septianda Verandita, <sup>k</sup> Jeremia Elang, <sup>l</sup> Ali Abidi Rohman, <sup>m</sup> Moch Saefudin Yuhri, <sup>n</sup> Dika Adi Prasetya

<sup>a,a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k,l,m</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri

**Abstrak**— Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Ngronggo melalui partisipasi mahasiswa KKN Tematik dalam kegiatan Jangkepan (Jajanan Nganengi Akhir Pekan) sebagai media promosi UMKM berbasis partisipasi masyarakat. Tujuan kegiatan ini adalah mendukung promosi produk UMKM lokal serta memperkuat keterlibatan masyarakat dalam kegiatan perekonomian. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui tahapan koordinasi dengan pihak kelurahan dan pelaku UMKM, penyusunan publikasi kegiatan, serta partisipasi dalam pelaksanaan acara di Ngronggo Sport Art Center. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa Jangkepan mampu menjadi ruang promosi yang interaktif, ditandai dengan meningkatnya interaksi antara pelaku UMKM dan masyarakat. Partisipasi mahasiswa KKN Tematik berkontribusi dalam mendukung kelancaran kegiatan serta memperkuat sinergi antara pemerintah kelurahan, pelaku UMKM, dan masyarakat. Kegiatan ini memberikan kontribusi awal dalam penguatan promosi UMKM berbasis kegiatan komunitas tanpa mengarah pada klaim peningkatan ekonomi secara kuantitatif.  
Kata Kunci—Jangkepan, UMKM, KKN Tematik, promosi komunitas.

**Abstract**— This community service activity was carried out in Ngronggo Village through the participation of Thematic KKN students in the Jangkepan (Weekend Snacks) activity as a promotional medium for MSMEs based on community participation. The purpose of this activity is to support the promotion of local MSME products and strengthen community involvement in economic activities. The method used is a descriptive qualitative approach through the stages of coordination with the village and MSME actors, preparation of activity publications, and participation in the implementation of events at the Ngronggo Sport Art Center. The results of the activity show that Jangkepan is able to become an interactive promotional space, marked by increased interaction between MSME actors and the community. The participation of Thematic KKN students contributed to supporting the smooth running of the activity and strengthening the synergy between the village government, MSME actors, and the community. This activity provides an initial contribution in strengthening the promotion of MSMEs based on community activities without leading to claims of quantitative economic improvement.

Keywords—Jangkepan, MSMEs, KKN Tematik, community promotion.

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Corresponding Author:

Muhammad Fajrin Aswad Ad-Duali,  
Teknik Informatika,  
Universitas Nusantara PGRI Kediri,  
Email: [fajrinadduali@gmail.com](mailto:fajrinadduali@gmail.com)



## I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam penguatan perekonomian lokal (Putra dkk., 2025) karena berperan dalam menciptakan lapangan kerja (Chairani dkk., 2025), meningkatkan pendapatan masyarakat (Yanti dkk., 2024), serta mengoptimalkan pemanfaatan potensi sumber daya setempat (Susanti dkk., 2024). Keberadaan UMKM di tingkat kelurahan juga memiliki peran penting dalam membangun kemandirian ekonomi berbasis komunitas (Marpaung dkk., 2024) dan memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat (Arifin dkk., 2025). Meskipun demikian, dalam praktiknya banyak UMKM lokal masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam aspek promosi produk dan keterbatasan akses terhadap media pemasaran yang efektif. Kondisi tersebut menyebabkan produk UMKM belum memperoleh eksposur yang optimal di tengah masyarakat.

Kelurahan Ngronggo merupakan wilayah yang memiliki beragam pelaku UMKM dengan produk unggulan di bidang makanan, minuman, serta produk rumah tangga. Keberagaman jenis usaha tersebut menunjukkan adanya potensi ekonomi lokal yang cukup besar. Potensi ini dapat dikembangkan secara berkelanjutan apabila didukung oleh strategi promosi yang tepat dan terintegrasi. Namun, dalam praktiknya promosi UMKM di Kelurahan Ngronggo masih cenderung dilakukan secara individual dan berskala terbatas, baik melalui penjualan langsung maupun jaringan pribadi. Akibatnya, jangkauan pemasaran produk UMKM belum maksimal dan belum sepenuhnya menjangkau masyarakat luas. Selain itu, belum adanya wadah promosi bersama yang terorganisasi membuat pelaku UMKM belum memiliki ruang kolektif untuk memperkenalkan produk mereka secara bersamaan kepada masyarakat.

Permasalahan UMKM di tingkat kelurahan tidak hanya berkaitan dengan aspek produksi dan kualitas produk, tetapi juga dengan ketersediaan ruang promosi yang mampu mempertemukan pelaku UMKM dan masyarakat secara langsung. Ruang promosi yang bersifat terbuka dan partisipatif dinilai penting untuk meningkatkan interaksi antara produsen dan konsumen (Wardani dkk., 2025). Kegiatan berbasis komunitas dalam bentuk event menjadi salah satu alternatif media promosi yang relevan karena mampu menghadirkan produk UMKM (Prianta dkk., 2025) dalam suasana yang lebih dekat dengan masyarakat. Selain berfungsi sebagai sarana promosi, kegiatan semacam ini juga berperan dalam membangun interaksi sosial (Wahib dkk., 2024), memperkuat rasa kebersamaan (Khadijah dkk., 2025), serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mendukung potensi ekonomi lokal yang ada di wilayahnya (Krisnandela dkk., 2023).

Jangkepan (*Jajanan Ngangeni Akhir Pekan*) merupakan salah satu kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak kelurahan sebagai wadah promosi UMKM. Kegiatan ini dilaksanakan di Ngronggo Sport Art Center sebagai ruang publik yang representatif untuk kegiatan berskala kelurahan. Dalam pelaksanaannya, Jangkepan melibatkan pelaku UMKM untuk menampilkan produk unggulan mereka kepada masyarakat. Selain itu, kegiatan ini juga dikemas dengan berbagai aktivitas pendukung, seperti Fashion Show, yang bertujuan memeriahkan acara dan meningkatkan daya tarik kunjungan masyarakat. Pengemasan kegiatan yang mengintegrasikan unsur promosi, hiburan, dan partisipasi sosial ini diharapkan mampu menciptakan suasana promosi yang lebih interaktif, inklusif, dan menarik bagi berbagai kalangan masyarakat.

Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, mahasiswa KKN Tematik terlibat sebagai bagian dari unsur partisipan dalam kegiatan Jangkepan. Mahasiswa berkontribusi dalam mendukung pelaksanaan kegiatan serta berpartisipasi dalam kegiatan pendukung, termasuk Fashion Show, sebagai bentuk keterlibatan aktif dalam acara kelurahan. Peran mahasiswa tidak

diarahkan pada pengelolaan UMKM, melainkan pada partisipasi dalam kegiatan kolaboratif yang bertujuan memperkuat promosi UMKM dan meningkatkan keterlibatan masyarakat terhadap potensi ekonomi lokal. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini difokuskan pada keterlibatan mahasiswa KKN Tematik dalam kegiatan Jangkepan sebagai media promosi UMKM berbasis partisipasi masyarakat di Kelurahan Ngronggo.

## **II. METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan pelaksanaan kegiatan Jangkepan (*Jajanan Ngangeni Akhir Pekan*) sebagai media promosi UMKM berbasis partisipasi masyarakat. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menguraikan proses kegiatan, keterlibatan pihak-pihak yang terlibat, serta respons masyarakat dan pelaku UMKM terhadap kegiatan yang berlangsung. Kegiatan dilaksanakan di Ngronggo Sport Art Center sebagai lokasi penyelenggaraan acara kelurahan di Kelurahan Ngronggo, dengan sasaran utama pelaku UMKM lokal dan masyarakat umum yang hadir dalam kegiatan tersebut.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu koordinasi, persiapan, dan pelaksanaan. Tahap koordinasi meliputi komunikasi dengan pihak kelurahan dan pelaku UMKM terkait konsep, waktu, dan teknis kegiatan. Tahap persiapan mencakup penataan lokasi, pengaturan stand UMKM, serta dukungan teknis oleh panitia dan mahasiswa KKN Tematik. Tahap pelaksanaan berupa penyelenggaraan Jangkepan yang menampilkan produk UMKM kepada masyarakat dalam suasana akhir pekan yang santai, disertai kegiatan pendukung seperti Fashion Show untuk meningkatkan daya tarik acara. Data diperoleh melalui observasi dan dokumentasi selama kegiatan berlangsung, kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan peran Jangkepan sebagai media promosi UMKM dan bentuk partisipasi masyarakat serta mahasiswa dalam kegiatan tersebut.

## **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3.1 Gambaran Umum Pelaksanaan Kegiatan Jangkepan**

Kegiatan Jangkepan (*Jajanan Ngangeni Akhir Pekan*) dilaksanakan sebagai bagian dari agenda kegiatan kelurahan yang berfokus pada promosi UMKM berbasis partisipasi masyarakat. Kegiatan ini diselenggarakan di Ngronggo Sport Art Center dan melibatkan pelaku UMKM lokal yang menampilkan berbagai produk unggulan, khususnya jajanan, makanan olahan, minuman, serta produk rumah tangga. Masyarakat hadir sebagai pengunjung yang berinteraksi langsung dengan pelaku UMKM dalam suasana santai khas kegiatan akhir pekan.

Secara umum, pelaksanaan kegiatan berlangsung dengan tertib dan mendapat respons positif dari masyarakat. Antusiasme pengunjung terlihat dari tingginya interaksi antara masyarakat dan pelaku UMKM, baik dalam bentuk tanya jawab maupun pengenalan produk. Kondisi ini menunjukkan bahwa Jangkepan mampu berfungsi sebagai ruang promosi yang mudah diakses dan dekat dengan masyarakat, sehingga mendukung tujuan pengenalan produk UMKM lokal di tingkat kelurahan.

### 3.2 Partisipasi Mahasiswa KKN Tematik dalam Kegiatan Jangkepan

Mahasiswa KKN Tematik terlibat sebagai bagian dari unsur partisipan dalam pelaksanaan kegiatan Jangkepan. Keterlibatan mahasiswa diwujudkan melalui dukungan teknis selama kegiatan berlangsung, keterlibatan dalam persiapan kegiatan, serta partisipasi dalam rangkaian acara pendukung seperti Fashion Show. Partisipasi tersebut bertujuan untuk memeriahkan kegiatan dan meningkatkan daya tarik acara bagi masyarakat yang hadir.

Peran mahasiswa tidak diarahkan pada pengelolaan UMKM maupun pengambilan keputusan utama dalam kegiatan, melainkan sebagai bentuk kontribusi aktif dalam kegiatan kolaboratif yang diselenggarakan oleh pihak kelurahan. Melalui keterlibatan ini, mahasiswa menjadi bagian dari dinamika kegiatan masyarakat serta memperoleh pengalaman langsung dalam pengabdian kepada masyarakat berbasis partisipasi sosial dan kolaborasi dengan berbagai unsur masyarakat.

### 3.3 Jangkepan sebagai Media Promosi UMKM Berbasis Partisipasi Masyarakat

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa Jangkepan dapat dimanfaatkan sebagai media promosi UMKM berbasis partisipasi masyarakat yang efektif di tingkat kelurahan. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM memperoleh ruang yang lebih terbuka untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada masyarakat, menjelaskan karakteristik produk, bahan yang digunakan, serta keunggulan yang dimiliki dibandingkan produk sejenis. Proses promosi yang dilakukan secara tatap muka memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pelaku usaha dan pengunjung, sehingga informasi mengenai produk dapat disampaikan secara lebih jelas dan persuasif. Dibandingkan dengan promosi yang dilakukan secara individual atau terbatas pada jaringan tertentu, kegiatan Jangkepan memberikan pengalaman promosi yang lebih komunikatif, interaktif, dan menjangkau masyarakat dalam skala yang lebih luas. Dalam pelaksanaannya, keterlibatan mahasiswa KKN Tematik sebagai bagian dari unsur partisipan dan pendukung teknis kegiatan turut memperkuat koordinasi dan kelancaran rangkaian acara, sehingga proses promosi UMKM dapat berlangsung secara tertib dan terorganisir.

Setelah kegiatan Jangkepan dilaksanakan, masyarakat menunjukkan peningkatan ketertarikan terhadap produk UMKM lokal yang ditampilkan, yang tercermin dari intensitas interaksi, diskusi, serta partisipasi aktif selama kegiatan berlangsung. Masyarakat tidak hanya berperan sebagai pengunjung pasif, tetapi juga terlibat dalam proses komunikasi langsung dengan pelaku UMKM, seperti menanyakan detail produk, cara produksi, hingga potensi pemanfaatan produk dalam kehidupan sehari-hari. Kehadiran mahasiswa mendukung terbangunnya suasana interaksi yang lebih dinamis melalui pengaturan teknis acara dan keterlibatan dalam kegiatan pendukung seperti Fashion Show. Interaksi tersebut menciptakan suasana promosi yang lebih inklusif dan membangun kedekatan antara produsen dan konsumen dalam lingkup komunitas. Temuan ini menunjukkan bahwa Jangkepan berfungsi sebagai media promosi alternatif yang relevan di tingkat kelurahan sekaligus menjadi sarana kolaboratif antara pemerintah kelurahan, pelaku UMKM, masyarakat, dan mahasiswa dalam mendukung potensi ekonomi lokal. Dengan demikian, partisipasi mahasiswa dalam kegiatan ini dapat dipandang sebagai bentuk pengabdian yang berkontribusi pada penguatan promosi UMKM berbasis kegiatan komunitas tanpa mengarah pada klaim peningkatan ekonomi secara kuantitatif.

Tabel 1. Uraian Kegiatan

| No | Uraian Kegiatan                                   | Keterangan                                                                                                                             |
|----|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Koordinasi dengan pihak kelurahan dan pelaku UMKM | Koordinasi terkait penentuan waktu dan lokasi, serta pendataan dan kesiapan pelaku UMKM dalam mengikuti kegiatan Jangkepan             |
| 2  | Penyusunan dokumentasi dan poster kegiatan        | Pembuatan dan penyebaran poster kegiatan Jangkepan sebagai media informasi dan promosi kepada masyarakat sebelum pelaksanaan acara     |
| 3  | Pelaksanaan pembukaan kegiatan Jangkepan          | Pelaksanaan pembukaan kegiatan di Ngronggo Sport Art Center yang diawali dengan prosesi pemotongan pita sebagai tanda dimulainya acara |
| 4  | Pelaksanaan inti kegiatan Jangkepan               | Penyelenggaraan pameran UMKM dan Fashion Show yang diakhiri dengan prosesi penyerahan hadiah kepada juara Fashion Show                 |

### 3.4 Dokumentasi Kegiatan



Gambar 1. Koordinasi dengan Pihak Kelurahan dan Pelaku UMKM

koordinasi awal antara mahasiswa KKN Tematik, pihak kelurahan, dan pelaku UMKM terkait perizinan, penentuan waktu dan lokasi kegiatan, serta kesiapan UMKM yang akan berpartisipasi. Tahap koordinasi menjadi dasar perencanaan kegiatan Jangkepan agar dapat terlaksana sesuai agenda kelurahan dan melibatkan pelaku UMKM secara optimal.



Gambar 2. Poster Kegiatan

Penyebaran poster kegiatan Jangkepán sebagai media informasi dan promosi kepada masyarakat. Poster digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai waktu, lokasi, dan rangkaian kegiatan, sehingga masyarakat dapat mengetahui dan berpartisipasi dalam kegiatan yang diselenggarakan.



Gambar 3. Pelaksanaan Pembukaan Kegiatan Jangkepán

Pembukaan kegiatan memperlihatkan prosesi pemotongan pita sebagai tanda resmi dimulainya kegiatan Jangkepán di Ngronggo Sport Art Center. Prosesi ini mencerminkan pembukaan kegiatan secara formal oleh pihak terkait dan menjadi simbol dimulainya rangkaian kegiatan promosi UMKM berbasis komunitas.



Gambar 4. Pelaksanaan Inti Kegiatan Jangkepan

Kegiatan menampilkan rangkaian pameran produk UMKM dan Fashion Show yang berlangsung selama acara. Pada akhir kegiatan, dilakukan prosesi penyerahan hadiah kepada para juara Fashion Show. Dokumentasi ini menunjukkan keterpaduan antara kegiatan promosi UMKM dan aktivitas pendukung yang melibatkan masyarakat dalam satu rangkaian acara.

#### IV. KESIMPULAN

Kegiatan Jangkepan (*Jajanan Ngangeni Akhir Pekan*) yang dilaksanakan di Kelurahan Ngronggo menunjukkan bahwa kegiatan berbasis komunitas dapat dimanfaatkan sebagai media promosi UMKM yang partisipatif dan mudah diakses oleh masyarakat. Melalui penyelenggaraan Jangkepan di ruang publik kelurahan, pelaku UMKM memperoleh kesempatan untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada masyarakat, sementara masyarakat dapat berinteraksi dan mengenal potensi ekonomi lokal yang ada di wilayahnya. Keterlibatan mahasiswa KKN Tematik, pihak kelurahan, dan pelaku UMKM dalam kegiatan ini berkontribusi pada kelancaran pelaksanaan acara serta penguatan proses promosi UMKM dan aktivitas pendukung, seperti Fashion Show. Secara umum, kegiatan ini mendapat dukungan dan respons positif dari seluruh pihak yang terlibat, sehingga memberikan kontribusi awal dalam memperkuat sinergi antara pelaku UMKM, masyarakat, dan pemerintah kelurahan dalam mendukung promosi ekonomi lokal berbasis kegiatan komunitas

## DAFTAR PUSTAKA

- Putra, R. I. M., & Kurnia, A. C. (2025). Peran Pendampingan UMKM terhadap Penguatan Strategi Bisnis Lokal di Era Digital. *AKSIOMA : Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 2(4), 789-794. <https://doi.org/10.62335/aksioma.v2i4.1160>
- Naysilla Chairani, Nisrina Zasmin, Rahman Raisuli, & Akhmad Rasyid Rosidi. (2025). Peran Sektor UMKM dalam Menekan Inflasi dan Menyerap Tenaga Kerja di Surabaya. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 57–66. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v3i1.1651>
- Eli Delvi Yanti, Sebayang, S. A., Annisa Sanny, & Sakdiah. (2024). Sosialisasi Pengelolaan SDM Di Era Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Pada Pelaku UMKM Desa Pematang Serai Kabupaten Langkat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 4(2), 267-273. <https://doi.org/10.36985/gqr fkk63>
- Susanti, R. ., Faye, D. A. P. ., Putri, N. D. ., Agustin, M. ., Maftukhah, N. Z. ., Sari, I. P. ., Karolina, A. ., Mulya, A. ., Marsha, A. ., Apriliani, M. ., Lestari, F. A. ., & Utama, R. N. . (2024). Optimalisasi Potensi Lokal Dan Digitalisasi UMKM Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa . *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(5), 600–611. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i5.1585>
- Marpaung, D., & Bakti, S. . (2024). Kontribusi Lazismu dalam Membangun Kemandirian Ekonomi Masyarakat Miskin Melalui Bantuan Modal bagi UMKM. *IRA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (IRAJPKM)*, 2(2), 53–58. <https://doi.org/10.56862/irajpkm.v2i2.128>
- Arifin, A., Winarno, U., & Badrudin, A. (2025). INOVASI TEKNOLOGI GUNA MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS DAN DAYA SAING UMKM DALAM RANGKA KETAHANAN EKONOMI . *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2), 145–158. <https://doi.org/10.55598/jmk.v17i2.67>
- Putu Agung Prianta, Anak Agung Nyoman Sri Wahyuni, & Made Erika Sedana. (2025). PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PELAKSANAAN EVENT DI POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI. *BINA CIPTA*, 4(1), 20–27. <https://doi.org/10.46837/binacipta.v4i1.60>
- Wardani, A., & Boer, K. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Forthis House. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 12(1), 417 -. <https://doi.org/10.37676/professional.v12i1.8594>

- Wahib, M., & Susanto, A. (2024). Pendidikan Berbasis Komunitas: Membangun Ekonomi Kerakyatan Melalui Keterlibatan Masyarakat. *JOURNAL OF ECONOMICS, BUSINESS, MANAGEMENT, ACCOUNTING AND SOCIAL SCIENCES*, 2(6), 330–341. <https://doi.org/10.63200/jebmass.v2i6.156>
- Khadijah, K., Nur Hikmah, A. ., Ningsih, F., Nur'aini, N., Sitompul, I. N., & Nadya, K. . (2025). Peran Kegiatan Festival dalam Mendorong Anak Tampil Percaya Diri dan Berkarya di Desa Limau Sundai, Kecamatan Binjai Barat, Kota Binjai. *PEMA*, 5(2), 762–772. <https://doi.org/10.56832/pema.v5i2.1540>
- Krisnandela, V., Muliani, B., Damayanti, S., & Wahyudi, K. (2023). URGENSI PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN POTENSI WISATA DI DESA SAMBIREJO KECAMATAN WONOSALAM KABUPATEN JOMBANG. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(20), 707-715. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8437561>