



Volume 4 Issue 1

Al Wadiah : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

E-ISSN: 3026-6920

PERAN PASAR PANGANAN MALIGAS BAYU BERDAYA (PAPA MUDA) DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM DI DESA MALIGAS BAYU

Agung Fauzi¹, Herry Syahbannuddin Nasution², Irmayani³

Sekolah Tinggi Agama Islam Panca Budi^{1,2,3}

agungfauzy24@gmail.com¹, herry_nasution@yahoo.co.id², irmayanisitorus25@gmail.com³

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan penopang penting perekonomian pedesaan, namun pelaku UMKM di Desa Maligas Bayu, Kecamatan Huta Bayu Raja, Kabupaten Simalungun, sebelumnya menghadapi keterbatasan akses pasar, minimnya modal, dan lemahnya strategi pemasaran. Pada Agustus 2025 dibentuk Pasar Panganan Maligas Bayu Berdaya (PAPA MUDA) sebagai wadah pemasaran kolektif bagi UMKM produk pangan. Penelitian ini bertujuan menganalisis kondisi UMKM sebelum kehadiran PAPA MUDA, mengidentifikasi faktor-faktor yang meningkatkan pendapatan UMKM, serta menganalisis peran PAPA MUDA dalam peningkatan pendapatan tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam terhadap sepuluh informan (pengelola pasar, pelaku UMKM, perangkat desa, dan konsumen), serta dokumentasi. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, dan analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman (reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebelum adanya PAPA MUDA, UMKM panganan di Desa Maligas Bayu memasarkan produknya secara terbatas dengan pendapatan yang rendah dan tidak stabil. Lima faktor utama yang berperan meningkatkan pendapatan UMKM melalui PAPA MUDA adalah: akses pasar yang lebih luas, promosi melalui media sosial, pengelolaan pasar yang terorganisir, jejaring dan solidaritas antarpelaku UMKM, serta dukungan pemerintah desa. PAPA MUDA terbukti berperan signifikan melalui empat dimensi, yaitu sebagai wadah pemasaran terpusat, penggerak ekonomi lokal, sarana pemberdayaan kapasitas UMKM, dan medium pelestarian kuliner serta budaya lokal, dengan pendapatan pelaku UMKM meningkat rata-rata dua hingga tiga kali lipat dibandingkan sebelum bergabung.

Kata Kunci: Pasar Panganan; UMKM; Pendapatan; Pemberdayaan Ekonomi Desa

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are a vital pillar of rural economies, yet MSME actors in Maligas Bayu Village, Huta Bayu Raja Sub-district, Simalungun Regency, previously faced limited market access, insufficient capital, and weak marketing strategies. In August 2025, the Maligas Bayu Berdaya Food Market (PAPA MUDA) was established as a collective marketing venue for food-sector MSMEs. This study aims to analyze the condition of MSMEs before the presence of PAPA MUDA, identify the factors that increase MSME income, and analyze the role of PAPA MUDA in that income improvement. The study employed a descriptive qualitative approach, with data collected through observation, in-depth interviews with ten informants (market manager, MSME actors, village officials, and consumers), and documentation. Data validity was tested through source triangulation, and data were analyzed using the Miles and Huberman model (data reduction, data display, and conclusion drawing). The results show that before PAPA MUDA existed, food MSMEs in Maligas Bayu Village

marketed their products in a limited manner, resulting in low and unstable income. Five main factors contribute to increasing MSME income through PAPA MUDA: wider market access, social media promotion, organized market management, networking and solidarity among MSME actors, and village government support. PAPA MUDA has proven to play a significant role through four dimensions: as a centralized marketing venue, a driver of the local economy, a means of MSME capacity empowerment, and a medium for preserving local culinary heritage and culture, with MSME actors' income increasing on average two to three times compared to before joining.

Keywords: Food Market; Msmes; Income; Village Economic Empowerment

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia tahun 2024, lebih dari 30 juta unit usaha menjadi penyumbang utama penciptaan lapangan kerja di Indonesia, menyerap 97,2% dari total tenaga kerja termasuk 80,1% tenaga kerja masyarakat menengah ke bawah, serta berkontribusi sebesar 61,07% terhadap PDB. Meski demikian, pelaku UMKM di sektor kuliner dan produk pangan masih menghadapi persoalan klasik berupa keterbatasan akses pasar, minimnya modal, rendahnya kualitas produk, dan lemahnya strategi pemasaran (Usrotun et al., 2019).

Di tingkat desa, keberadaan pasar atau wadah pemasaran yang terorganisir menjadi sangat penting karena pasar tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial, pertukaran informasi, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal (Salsabila et al., 2024). Melalui pasar yang terkelola dengan baik, pelaku UMKM dapat memperoleh akses yang lebih mudah kepada konsumen, meningkatkan visibilitas produk, dan membangun jejaring dengan pelaku usaha lain.

Desa Maligas Bayu, yang terletak di Kecamatan Huta Bayu Raja, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara, memiliki potensi besar di sektor produk pangan dan kuliner tradisional. Namun, sebelum adanya wadah pemasaran yang terorganisir, para pelaku UMKM di desa ini hanya memasarkan produknya secara terbatas, seperti menitipkan di warung kecil atau berjualan dari rumah ke rumah, sehingga pendapatan mereka relatif rendah dan tidak stabil. Untuk merespons kondisi tersebut, pada Agustus 2025 dibentuklah Pasar Panganan Maligas Bayu Berdaya yang dikenal dengan sebutan "PAPA MUDA", sebagai inisiatif pemberdayaan ekonomi masyarakat yang mengumpulkan dan memfasilitasi para pelaku UMKM produk pangan agar memiliki wadah pemasaran yang lebih terstruktur dan strategis.

Berdasarkan wawancara dengan pengelola PAPA MUDA, pembentukan pasar ini dimaksudkan sebagai strategi pemberdayaan ekonomi lokal yang berdampak langsung terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMKM, sekaligus mengangkat kearifan lokal dan ciri khas kuliner pedesaan, terinspirasi dari model pasar kuliner tradisional "Pasar Kamu" di Kabupaten Deli Serdang. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis peran Pasar Panganan Maligas Bayu Berdaya (PAPA MUDA) dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Desa Maligas Bayu, dengan rumusan masalah: (1) bagaimana kondisi UMKM panganan di Desa Maligas Bayu; (2) faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan pendapatan UMKM di desa tersebut; dan (3) bagaimana peran PAPA MUDA dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Desa Maligas Bayu.

Peran adalah aspek dinamis berupa tindakan atau perilaku yang dilaksanakan oleh seseorang atau lembaga yang menempati posisi tertentu sesuai hak dan kewajibannya (Biddle, dalam teori peran/role theory). Pasar, menurut Sattar (2017), merupakan tempat terjadinya penawaran dan permintaan antara penjual yang ingin menukarkan barang dengan uang dan pembeli yang ingin menukarkan uang dengan barang atau jasa. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, BUMN, atau BUMD dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dikelola oleh pedagang kecil dan menengah melalui proses jual beli dengan tawar-menawar.

Pasar panganan merupakan salah satu bentuk pasar rakyat yang secara khusus memfokuskan aktivitasnya pada perdagangan produk pangan, baik tradisional maupun modern, yang dihasilkan oleh pelaku UMKM (Handani et al., 2025). Selain fungsi ekonomi sebagai sarana distribusi produk yang lebih efisien (Desa, 2023), pasar panganan juga memiliki fungsi sosial sebagai ruang interaksi antarwarga dan fungsi budaya dalam melestarikan kuliner tradisional serta kearifan lokal (Husna, 2024). Dalam perspektif pemberdayaan masyarakat, pasar panganan dipandang sebagai sarana pemberdayaan ekonomi yang inklusif karena memberikan kesempatan luas bagi kelompok masyarakat kecil, termasuk perempuan dan pemuda, untuk terlibat aktif dalam kegiatan ekonomi (Putri et al., 2024).

Pendapatan didefinisikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu, yaitu jumlah penghasilan yang diterima oleh anggota masyarakat sebagai balas jasa atas faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan. Sementara itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil, atau menengah sebagaimana diatur dalam undang-undang, dengan tujuan mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang serta meningkatkan pemerataan pendapatan dan pengentasan kemiskinan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam mengenai fenomena yang diteliti melalui observasi, wawancara, serta analisis data yang diperoleh di lapangan (Fadli, 2021). Penelitian dilaksanakan di Pasar Panganan Maligas Bayu Berdaya (PAPA MUDA) yang terletak di Nagori Maligas Bayu, Kecamatan Huta Bayu Raja, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara, selama empat bulan yaitu Januari hingga April 2026.

Subjek penelitian adalah para pelaku UMKM makanan dan minuman yang berjualan di PAPA MUDA. Penentuan subjek didasarkan pada kriteria latar (setting), pelaku (actors), peristiwa (events), dan proses (process). Informan penelitian berjumlah sepuluh orang, terdiri atas satu pengelola pasar, delapan pelaku UMKM, satu perangkat Desa Maligas Bayu, serta konsumen/masyarakat desa, dengan jumlah tersebut dianggap telah memenuhi kebutuhan data dan mencapai titik kejenuhan (Creswell, dalam Sugiyono, 2018).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara, yaitu observasi langsung terhadap aktivitas jual-beli, jenis produk, dan interaksi pedagang-pembeli di PAPA MUDA; wawancara tidak terstruktur dengan para informan; serta dokumentasi berupa catatan dan arsip terkait. Analisis data mengikuti model interaktif Miles dan Huberman, yang terdiri

atas reduksi data (menyortir informasi yang relevan), penyajian data (dalam bentuk narasi dan tabel), serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan informasi yang diperoleh dari berbagai informan pada waktu dan sumber yang berbeda, guna memastikan konsistensi dan validitas data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kondisi UMKM Panganan di Desa Maligas Bayu Sebelum Hadirnya PAPA MUDA

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa kondisi UMKM panganan di Desa Maligas Bayu sebelum kehadiran PAPA MUDA tergolong belum berkembang secara optimal. Pengelola PAPA MUDA mengungkapkan bahwa sebelum pasar ini terbentuk, banyak pelaku usaha — khususnya ibu-ibu rumah tangga — sudah memiliki produk yang baik, tetapi kebingungan mencari tempat pemasaran, sehingga sebagian besar hanya menitipkan produk di warung sekitar atau berjualan keliling desa dengan pendapatan yang tidak menentu. Salah seorang pelaku UMKM produk kue tradisional menyampaikan bahwa sebelumnya ia hanya membuat kue jika ada pesanan, dengan penghasilan yang berkisar antara Rp50.000 hingga Rp70.000 per hari dan tidak menentu.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Hermawan et al. (2024) yang menyebutkan bahwa UMKM di tingkat desa menghadapi tantangan struktural, terutama keterbatasan akses pasar yang berdampak langsung pada rendahnya pendapatan. Secara umum, kondisi UMKM panganan di Desa Maligas Bayu sebelum hadirnya PAPA MUDA dapat dirangkum sebagai berikut: (a) sistem pemasaran yang masih terbatas pada lingkungan sekitar desa; (b) tidak adanya wadah pemasaran yang terorganisir dan representatif; (c) pendapatan pelaku UMKM yang rendah dan tidak stabil akibat volume penjualan yang minim; (d) produk pangan lokal yang kurang dikenal oleh konsumen dari luar desa; serta (e) minimnya interaksi dan jaringan antarpelaku UMKM.

2. Faktor-Faktor yang Meningkatkan Pendapatan UMKM

Hasil wawancara mendalam dan observasi lapangan mengidentifikasi lima faktor kunci yang berperan dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Desa Maligas Bayu melalui keberadaan PAPA MUDA.

Pertama, akses pasar yang lebih luas. Tersedianya wadah pemasaran yang terpusat dan terorganisir secara langsung memperluas akses pasar bagi pelaku UMKM, ditandai dengan mulai berdatangnya pembeli dari luar desa yang secara khusus mencari makanan tradisional. Hal ini sejalan dengan temuan Salsabila et al. (2024) bahwa pasar yang terkelola dengan baik memberi akses lebih mudah kepada konsumen dan membangun jejaring antarpelaku usaha.

Kedua, promosi dan visibilitas produk melalui media sosial. Pengelola PAPA MUDA secara aktif memanfaatkan Instagram dan Facebook untuk mempromosikan kegiatan pasar dan produk UMKM, yang terbukti menarik pengunjung bahkan dari kecamatan lain dan Kota Pematangsiantar. Temuan ini konsisten dengan Husna (2024) yang menegaskan pentingnya strategi pemasaran digital bagi UMKM dalam memperluas jangkauan pasar.

Ketiga, pengelolaan pasar yang terorganisir. Adanya aturan yang jelas, sistem pendaftaran pedagang, dan standar kualitas menjadikan PAPA MUDA lebih dipercaya oleh konsumen dibandingkan pasar biasa. Hal ini sejalan dengan ketentuan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 yang menempatkan pengelolaan pasar yang teratur sebagai faktor kunci keberhasilan sebuah pasar.

Keempat, jejaring dan solidaritas antarpelaku UMKM. Para pedagang di PAPA MUDA saling berbagi informasi mengenai bahan baku, cara mengemas produk yang menarik, hingga saling membantu ketika ada pedagang yang kekurangan bahan, sehingga menumbuhkan solidaritas sosial yang berdampak positif terhadap keberlanjutan usaha.

Kelima, dukungan pemerintah desa. Pemerintah Desa Maligas Bayu memberikan dukungan berupa penyediaan tempat dan promosi, sejalan dengan pemanfaatan Dana Desa untuk membangun infrastruktur ekonomi seperti pasar desa yang dapat menjadi penggerak ekonomi lokal (Liani et al., 2024).

3. Peran PAPA MUDA dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PAPA MUDA memiliki peran signifikan dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Desa Maligas Bayu, yang dapat diidentifikasi melalui empat dimensi utama.

Pertama, peran sebagai wadah pemasaran terpusat. Sebelum adanya PAPA MUDA, produk UMKM tersebar tanpa koordinasi dan sulit dijangkau konsumen yang lebih luas. Salah seorang pelaku UMKM menyampaikan bahwa pendapatannya kini dapat mencapai Rp200.000 hingga Rp300.000 per hari berjualan di PAPA MUDA, jauh lebih baik dibandingkan sebelumnya, dengan banyak pembeli yang datang dari luar daerah.

Kedua, peran sebagai penggerak ekonomi lokal. Kehadiran PAPA MUDA menciptakan dampak ekonomi berganda (*multiplier effect*) bagi masyarakat sekitar, di mana permintaan terhadap bahan baku lokal, sembako, dan kebutuhan dapur meningkat signifikan sejalan dengan bertambahnya volume kegiatan pasar. Temuan ini mendukung pandangan Yulianti et al. (2021) bahwa UMKM sebagai segmen utama pasar berperan membuka lapangan kerja secara luas.

Ketiga, peran sebagai sarana pemberdayaan dan peningkatan kapasitas UMKM. PAPA MUDA secara rutin mengadakan pertemuan dengan para pedagang untuk berbagi informasi mengenai cara membuat produk yang lebih baik, pengemasan yang menarik, dan pelayanan kepada pembeli, sehingga mendorong pelaku UMKM berkembang secara mandiri.

Keempat, peran dalam pelestarian kuliner dan budaya lokal. Sejalan dengan Husna (2024), PAPA MUDA menjadi ruang bagi produk pangan tradisional — seperti getuk, lupis, dan minuman tradisional — untuk tetap eksis dan dikenal generasi muda maupun konsumen dari luar daerah, sehingga turut membentuk daya tarik wisata kuliner desa.

Secara keseluruhan, data hasil wawancara dengan sepuluh informan menunjukkan bahwa pendapatan pelaku UMKM meningkat rata-rata dua hingga tiga kali lipat dibandingkan sebelum bergabung di PAPA MUDA — misalnya dari kisaran Rp50.000–Rp70.000 per hari menjadi Rp200.000 hingga Rp800.000 per hari buka pasar, bergantung pada jenis produk dan skala usaha masing-masing pedagang. Temuan ini membuktikan bahwa pasar yang terorganisir memiliki dampak nyata terhadap peningkatan volume penjualan dan pendapatan UMKM (Kasus, 2021), sekaligus memperkuat ekonomi desa secara berkelanjutan melalui dimensi ekonomi, pemberdayaan, dan budaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa sebelum hadirnya PAPA MUDA, kondisi UMKM panganan di Desa Maligas Bayu belum berkembang secara optimal, ditandai dengan keterbatasan akses pasar, sistem pemasaran yang sempit, tidak adanya wadah pemasaran terorganisir, serta pendapatan yang rendah dan tidak

stabil. Terdapat lima faktor utama yang berperan meningkatkan pendapatan UMKM melalui keberadaan PAPA MUDA, yaitu akses pasar yang lebih luas, promosi melalui media sosial, pengelolaan pasar yang terorganisir, jejaring dan solidaritas antarpelaku UMKM, serta dukungan pemerintah desa.

PAPA MUDA terbukti memiliki peran signifikan dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Desa Maligas Bayu melalui empat dimensi utama, yaitu sebagai wadah pemasaran terpusat, penggerak ekonomi lokal, sarana pemberdayaan kapasitas UMKM, serta medium pelestarian kuliner dan budaya lokal, dengan pendapatan pelaku UMKM meningkat rata-rata dua hingga tiga kali lipat dibandingkan sebelum bergabung. Bagi pengelola PAPA MUDA, disarankan untuk memperkuat sistem manajemen pasar melalui Standar Operasional Prosedur (SOP) yang lebih formal, meningkatkan frekuensi promosi digital, serta mengadakan pelatihan yang lebih terstruktur bagi pelaku UMKM. Bagi pemerintah desa, disarankan memberikan dukungan kebijakan melalui Peraturan Desa dan optimalisasi alokasi Dana Desa untuk pengembangan infrastruktur PAPA MUDA. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengukur secara lebih kuantitatif besaran peningkatan pendapatan UMKM serta memperluas kajian pada dampak sosial, budaya, dan lingkungan dari keberadaan pasar pangan sejenis di desa lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Handani, M., Harmain, H., Usaha, P., & Kamu, P. (2025). Analisis pengelolaan pasar kamu dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. *Jurnal Ilmiah*, 14(03), 1547–1558.
- Hermawan, M. F., Salsabila, R., & Saputra, I. M. (2024). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi*, 3.
- Husna, C. N. (2024). Pengaruh Pengaplikasian dan Pemasaran Digital Terhadap Penjualan Produk UMKM Pangan Lokal: Studi Kasus Rumah Bangkit Fafin. *Jurnal Manajemen*, 2(2).
- Kasus, S. (2021). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 60–72.
- Liani, Y., Takari, D., & Ompusunggu, D. P. (2024). Analisis Efektivitas Kebijakan Pengelolaan Dana Desa dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Kabupaten Gunung Mas Tahun 2022. *Jurnal Ekonomi Daerah*, 5(11).
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern.
- Putri, L. R., Hidayat, A. N., et al. (2024). Peran UMKM Sektor Pangan Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Menengah Kebawah Kelurahan Kranji Bekasi Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3).
- Salsabila, E., Virgiawan, T., Ardiansyah, R., & Hendra, J. (2024). Peran Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Daerah Kecamatan Bengkalis. *Jurnal Kesehatan dan Sains*, 7(12), 4682–4688. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i12.6621>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.

- Usrotun, H., Diaz, P., Canaldhy, R. S., & Kencana, N. (2019). Peran Pemerintah Desa terhadap Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam Pertumbuhan Ekonomi Lokal pada Industri Batu Bata (Studi Kasus Desa Ujanmas Baru, Kecamatan Ujanmas, Kabupaten Muara Enim). *Jurnal Ekonomi*, 04(02).
- Yulianti, D., Musthofa, M. A., Yatima, K., et al. (2021). Analisis peran pasar tradisional terhadap peningkatan ekonomi masyarakat desa Lagan Tengah, Kecamatan Geragai. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(1), 65–76.