

Utilization of *Car Free Day* (CFD) Events and Product Quality Improvement in Enhancing the Local MSME Economy in Banyuwangi

Pemanfaatan Event *Car Free Day* (CFD) Dan Peningkatan Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Perekonomian UMKM Lokal Di Banyuwangi

Desi Jumatul Laili ¹⁾, Nur Kholisah ²⁾, Achmad Syarif Akbar ³⁾

^{1,2,3)} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi

Email: ¹⁾jumatullaili12@gmail.com, ²⁾nurkholisa968@gmail.com, ³⁾syarifakbar292@gmail.com

How to Cite :

Laili, D, J., Kholisah, N., Akbar, A, S. (2025). Pemanfaatan Event Car Free Day (CFD) Dan Peningkatan Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Perekonomian UMKM Lokal Di Banyuwangi. Tractare Jurnal Ekonomi-Manajemen, 8 (2).

ARTICLE HISTORY

Received [21 Oktober 2025]

Revised [28 November 2025]

Accepted [30 November 2025]

KEYWORDS

Car Free Day; Product Quality; Local Economy; MSMEs Banyuwangi

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan event *Car Free Day* (CFD) dan peningkatan kualitas produk dalam meningkatkan perekonomian UMKM lokal di Banyuwangi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM, panitia penyelenggara, dan pengunjung CFD di Jalan Ahmad Yani, Banyuwangi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CFD dimanfaatkan sebagai media pemasaran langsung yang efektif, ditandai dengan peningkatan penjualan, perluasan jaringan pelanggan, serta penguatan branding UMKM. Namun, peningkatan pendapatan bersifat fluktuatif dan sangat dipengaruhi oleh jumlah pengunjung serta daya tarik produk. Peningkatan kualitas produk, terutama pada aspek rasa, kebersihan, konsistensi, dan kemasan, terbukti meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong pembelian ulang. Dengan demikian, pemanfaatan CFD yang didukung oleh peningkatan kualitas produk berkontribusi positif terhadap peningkatan perekonomian UMKM lokal di Banyuwangi secara berkelanjutan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the utilization of the *Car Free Day* (CFD) event and product quality improvement in enhancing the local MSME economy in Banyuwangi. The research employs a descriptive qualitative approach using data collection methods including interviews, observations, and documentation involving MSME actors, event organizers, and visitors at the CFD event on Ahmad Yani Street, Banyuwangi. The findings indicate that CFD serves as an effective direct marketing platform, reflected in increased sales, expanded customer networks, and strengthened MSME branding. However, income growth tends to be fluctuative and depends on visitor volume and product attractiveness. Improvements in product

quality particularly in taste, hygiene, consistency, and packaging significantly enhance customer satisfaction and encourage repeat purchases. Therefore, the effective utilization of CFD, supported by continuous product quality improvement, contributes positively to the sustainable economic growth of local MSMEs in Banyuwangi.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu perekonomian di suatu daerah serta sebagai peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat (Faiz et al., 2022). UMKM berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Peran UMKM dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, mengembangkan UMKM dan menjadikannya sebagai tumpuan masyarakat akan berdampak langsung pada stabilitas dan kemandirian ekonomi (Rizal & Sahri, 2024). Namun, perkembangan UMKM sering terkendala oleh keterbatasan modal, akses pasar yang kurang luas, serta rendahnya kemampuan dalam meningkatkan kualitas produk.

Secara umum, UMKM adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, maupun rumah tangga yang menjadikan UMKM sebagai sektor utama perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk meningkatkan kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat terutama pada sektor ekonomi (Ilmi et al., 2024). Di Banyuwangi sendiri memang belum ada data pasti yang menyebutkan jumlah UMKM secara keseluruhan, tetapi sampai akhir 2024, Pemerintah Kabupaten Banyuwangi telah menerbitkan 60.409 Nomor Induk Berusaha (NIB). Sebagian besar NIB ini dimiliki oleh pelaku UMKM, yang menandakan legalitas usaha mikro-kecil di Banyuwangi semakin kuat dan formal. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) perekonomian Banyuwangi pada kuartal II tahun 2025 tumbuh sebesar 5,85 % (yoy), lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan ekonomi Jawa Timur (5,23 %) maupun nasional (5,12 %) (Tribun Jatim, 2025).

Sebagai pilar yang penting bagi perekonomian nasional, UMKM perlu menjaga konsistensi dalam meningkatkan kualitas dan nilai tambah produk sehingga memiliki daya saing. Selain itu, UMKM juga harus bersinergi dengan lembaga-lembaga pemerintah dalam menciptakan kebijakan yang efektif dan efisien untuk mendorong perluasan pasar, menguatkan sisi permintaan masyarakat dalam rangka mencintai produk lokal, dan menjadikan UMKM sebagai inspirasi dalam pertumbuhan ekonomi nasional (Rizal & Sahri, 2024). Sebagai wujud sinergi terhadap pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatan, Bupati Banyuwangi mengadakan kegiatan *Car Free Day* untuk menunjang pendapatan para pelaku UMKM agar dapat berkontribusi pada kegiatan *Car Free Day*.

Dilansir dari banyuwangikab.co.id (2025) Pemerintah Kabupaten Banyuwangi pada 13 Juli 2025 menghidupkan kembali *Car Free Day* (CFD) di ruas Jalan A. Yani, setelah vakum selama lima tahun. Selama setiap hari Minggu pagi dari pukul 05.00 hingga 10.00, jalan tersebut disterilkan dari kendaraan bermotor untuk memberikan ruang publik bagi masyarakat. Langkah ini tidak hanya bersifat ekologis mendorong gaya hidup sehat dan ramah lingkungan tetapi juga dirancang sebagai platform ekonomi bagi UMKM lokal. Sekitar 185 UMKM yang tergabung dalam Banyuwangi Creative Market diarahkan untuk membuka lapak di CFD Jalan A. Yani, alih-alih di Taman Blambangan seperti biasanya. Selain stan kuliner dan bazar, CFD tersebut juga dilengkapi dengan gerai layanan publik: ruang kemasan produk bagi UMKM, cek kesehatan gratis, layanan administrasi kependudukan, bahkan panggung seni kreatif. Dengan demikian, CFD bukan hanya menjadi tempat jualan, tetapi juga wadah pemberdayaan UMKM untuk meningkatkan kualitas produk, mengasah kreativitas, dan memperluas jaringan. CFD yang semakin ramai bahkan diserbu ribuan warga dan wisatawan setiap minggu menunjukkan potensi besar UMKM lokal untuk menjangkau konsumen lebih luas dan beragam. Dengan demikian, inisiatif CFD ini secara nyata merefleksikan upaya pemerintah daerah untuk mengintegrasikan kesehatan publik, lingkungan, dan pemberdayaan ekonomi lokal dalam satu program yang saling memperkuat.

Dengan semakin meningkatnya antusiasme masyarakat terhadap kegiatan *Car Free Day* dan besarnya jumlah UMKM yang terlibat, muncul kebutuhan bagi pelaku usaha untuk tidak hanya mengandalkan keramaian pengunjung, tetapi juga memastikan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang mampu bersaing. Momentum CFD yang ramai setiap minggu menjadi ruang evaluasi nyata bagi pelaku UMKM, karena konsumen dapat memberikan tanggapan langsung mengenai rasa, kemasan, kebersihan, hingga pelayanan. Dalam konteks ini, kualitas produk menjadi aspek penting yang menentukan apakah UMKM dapat mempertahankan pelanggan dan membangun reputasi yang baik. Produk yang berkualitas tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga memperkuat kepercayaan serta mendorong pembelian ulang.

Menurut Kotler dan Keller (2008) dalam Roidah (2018) Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera pelanggan.

Urgensi penelitian ini terletak pada perlunya memahami sejauh mana kegiatan *Car Free Day* benar-benar mampu meningkatkan pendapatan UMKM, sekaligus melihat peran kualitas produk sebagai faktor penentu daya saing di tengah besarnya jumlah pelaku usaha yang berjualan di lokasi yang sama. Meskipun CFD menyediakan ruang promosi dan interaksi langsung dengan konsumen, masih banyak UMKM yang belum mampu memaksimalkan peluang tersebut karena keterbatasan dalam mutu, inovasi, dan pengemasan produk. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memberikan gambaran empiris mengenai efektivitas CFD sebagai strategi pemberdayaan UMKM serta bagaimana peningkatan kualitas produk dapat memperkuat daya tarik konsumen, sehingga hasilnya dapat menjadi rekomendasi bagi pemerintah dan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan pengembangan usaha secara berkelanjutan.

LANDASAN TEORI

Pemanfaatan *Event Car Free Day* (CFD)

Car Free Day (CFD) merupakan kegiatan rutin mingguan yang diselenggarakan di Jalan A. Yani, Banyuwangi, pada pagi hari sebagai ruang publik yang bebas kendaraan bermotor. Selain berfungsi sebagai sarana rekreasi dan aktivitas sosial masyarakat, CFD juga dimanfaatkan sebagai media pemasaran bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam pelaksanaannya, CFD menyediakan beberapa zona usaha seperti kuliner, fashion, tanaman hias, dan produk kreatif lainnya. Keberadaan zona-zona tersebut memungkinkan UMKM memasarkan produk secara langsung kepada konsumen dalam suasana yang ramai dan kondusif, sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan serta promosi usaha.

Menurut Nurdin et al. (2024), event seperti *Car Free Day* merupakan saluran promosi yang efektif karena menciptakan interaksi langsung antara pelaku UMKM dan konsumen. Interaksi ini memungkinkan pelaku usaha menyampaikan informasi produk, keunggulan, serta citra usaha secara lebih persuasif. Selain itu, CFD mampu mengatasi keterbatasan akses pasar yang sering dihadapi UMKM, karena pelaku usaha dapat menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa memerlukan biaya promosi yang besar. Dengan demikian, pemanfaatan CFD menjadi strategi pemasaran yang relatif murah, mudah diakses, dan berdampak langsung terhadap peningkatan penjualan.

Fitriyani et al. (2024) menjelaskan bahwa pemanfaatan CFD tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan jangka pendek, tetapi juga mendorong pengembangan kapasitas UMKM. Melalui keterlibatan dalam CFD, pelaku UMKM memperoleh pengalaman dalam komunikasi pemasaran, pelayanan konsumen, serta inovasi produk. Kegiatan ini turut meningkatkan optimisme

dan motivasi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya, khususnya dalam konteks pemulihan ekonomi dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan kajian Nurdin et al. (2024), indikator pemanfaatan Car Free Day dalam mendukung UMKM meliputi peningkatan penjualan, perluasan pasar, penguatan promosi, serta peningkatan literasi dan kemandirian usaha. Sementara itu, menurut Fitriyani et al. (2024), indikator keberhasilan pemanfaatan CFD dapat dilihat dari peningkatan pendapatan, bertambahnya jaringan pemasaran, kemampuan mempertahankan pelanggan, serta munculnya inovasi produk yang mendukung keberlanjutan UMKM. Indikator-indikator tersebut digunakan sebagai dasar untuk menilai sejauh mana CFD berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian UMKM lokal.

Peningkatan Kualitas Produk

Peningkatan kualitas produk merupakan aspek fundamental dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena kualitas produk berpengaruh langsung terhadap tingkat kepercayaan konsumen, daya saing usaha, serta peningkatan pendapatan. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk didefinisikan sebagai keseluruhan fitur dan karakteristik produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, baik yang bersifat nyata maupun tersirat. Dalam konteks UMKM, kualitas produk menjadi penentu keberhasilan usaha karena konsumen cenderung memilih produk yang konsisten, aman, dan memiliki nilai tambah dibandingkan produk pesaing.

Sutoni dan Randany (2021) menjelaskan bahwa rendahnya kualitas produk UMKM umumnya disebabkan oleh kurangnya perhatian terhadap aspek kebersihan, keamanan produk, serta tampilan dan kemasan yang belum memenuhi standar. Oleh karena itu, peningkatan kualitas produk harus dilakukan secara menyeluruh, mulai dari proses produksi hingga produk diterima oleh konsumen. Upaya tersebut mencakup penggunaan bahan baku yang aman, penerapan higienitas dalam proses produksi, perbaikan kemasan, serta konsistensi rasa dan mutu produk. Dengan peningkatan kualitas yang berkelanjutan, UMKM dapat menghasilkan produk yang layak edar dan mampu meningkatkan kepercayaan serta loyalitas konsumen.

Berdasarkan kajian Umma (2022), indikator peningkatan kualitas produk UMKM meliputi fitur dan karakteristik produk, tingkat kepuasan konsumen, konsistensi kualitas sesuai standar, serta peningkatan pendapatan sebagai dampak dari perbaikan kualitas produk. Indikator-indikator ini digunakan untuk menilai sejauh mana kualitas produk mampu memberikan nilai tambah bagi usaha dan berkontribusi terhadap keberlanjutan serta pertumbuhan ekonomi UMKM.

Perekonomian UMKM Lokal di Banyuwangi

Perekonomian UMKM di Banyuwangi menunjukkan dinamika yang cukup positif dan erat terkait dengan pengembangan pariwisata serta event lokal seperti Car Free Day. Sebagaimana telah dibahas dalam sub-bab sebelumnya, pemanfaatan event CFD memfasilitasi UMKM untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, memperluas pasar, dan meningkatkan visibilitas usaha mereka. Selain itu, dengan upaya peningkatan kualitas produk termasuk kebersihan, kemasan, manajemen produksi, dan branding pelaku UMKM di Banyuwangi semakin mampu bersaing dan memenuhi ekspektasi konsumen lokal maupun wisatawan.

Kondisi ini kemudian tercermin dalam indikator makro daerah. Berdasarkan data dari Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa pertumbuhan ekonomi Banyuwangi pada Triwulan II 2025 mencapai 5,85 persen (*year on year*), angka ini lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata pertumbuhan Jawa Timur (5,23%) dan nasional (5,12%). Pertumbuhan tersebut terutama didorong oleh peningkatan aktivitas di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, di mana UMKM menjadi salah satu pilar utama (BeritaBWI, 2025).

Meningkatnya konsumsi rumah tangga lokal juga menjadi penggerak penting bagi PDRB Banyuwangi karena pendapatan dari pelaku UMKM tumbuh seiring dengan kunjungan wisatawan dan aktivitas pariwisata lokal. Di samping itu, ekspor produk lokal terutama hasil laut ikut memberikan kontribusi pada nilai ekspor daerah, yang turut menopang pertumbuhan ekonomi

Banyuwangi (Wartajatim.co.id, 2025). Dari sudut strategi pembangunan, pemerintah kabupaten menyadari potensi UMKM dan pariwisata sebagai motor penggerak ekonomi lokal. Dalam RPJMD Banyuwangi, pembangunan infrastruktur tematik diarahkan untuk mendukung pariwisata sekaligus memperkuat akses pasar dan pendampingan bagi UMKM. Kombinasi antara event lokal (seperti CFD), penguatan kualitas produk, dan kolaborasi dengan sektor pariwisata menjadikan UMKM Banyuwangi tidak hanya berorientasi pada penjualan jangka pendek, tetapi juga sebagai bagian dari strategi ekonomi berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara langsung dan terletak di Ahmad Yani kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Penetapan lokasi penelitian tersebut karena terdapat cukup banyak para pelaku umkm yang ada di acara tersebut, sesuai dengan judul yang diteliti oleh penulis.

Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan salah satu jenis teknik *nonprobability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Penelitian ini juga melibatkan subjek dan objek penelitian yang diharapkan mampu mendukung pencapaian tujuan penelitian. Subjek penelitian merupakan beberapa para pelaku umkm, pengurus/ paguyuban yang mengatur jalannya acara tersebut, dan juga para pengunjung di acara tersebut Banyuwangi yang akan ditetapkan berdasarkan beberapa kriteria. Adapun kriteria yang ditetapkan sebagai syarat dalam penentuan informan penelitian sebagai berikut.

1. Pelaku Umkm yang ada di CFD
2. Orang yang mengerti dan mengatur jalannya acara tersebut
3. Pengunjung yang datang ke acara tersebut

Objek dalam penelitian ini adalah keseluruhan aspek yang mendukung pemahaman yang komprehensif mengenai peningkatan perekonomian pelaku umkm yang ada di CFD

Metode Pengumpulan dan Analisis Data

Analisis Data merupakan proses untuk menemukan dan menyusunnya secara tertata terhadap data hasil catatan, wawancara dan observasi atau dokumen untuk meningkatkan pemahaman seorang peneliti terhadap topik yang sedang diteliti dan menjelaskan kepada orang lain sebagai temuan. Metode yang digunakan peneliti antara lain:

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode mengumpulkan dan menganalisis data yang dilakukan secara langsung kepada informan penelitian dengan menggunakan alat rekam untuk penyusunan transkrip hasil wawancara. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur. Adapun wawancara tidak terstruktur adalah salah satu teknik wawancara ketika peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang biasanya sudah tersusun sistematis. Wawancara tidak terstruktur bertujuan untuk melakukan penelitian secara mendalam kepada informan penelitian agar mampu memperoleh informasi yang benar dan sesuai dengan kejadian sebenarnya.

2. Observasi

Observasi merupakan suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati serta meninjau langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi sebenarnya yang sedang terjadi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data dengan menganalisis beberapa dokumen yang diperoleh dari lokasi penelitian. Dokumen tersebut bisa berupa gambar (foto) dan dokumen

tertulis yang digunakan sebagai pendukung dari hasil wawancara dan observasi. Selain itu, data pendukung lain seperti jurnal dan literatur lainnya juga digunakan dalam mendukung penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan Event Car Free Day (CFD)

Berdasarkan indikator pemanfaatan CFD menurut Maghviroh & Supriyati (2016) serta Fitriyani et al. (2024), hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Kualitas komunikasi dan pelayanan: Pelaku UMKM aktif berkomunikasi langsung dengan pengunjung, mulai dari menjelaskan produk, menawarkan promo, hingga merespons pertanyaan konsumen. Pelayanan yang ramah dan komunikatif membuat pengunjung merasa nyaman dan tertarik untuk membeli.
2. Pengalaman penggunaan jasa (pengalaman berbelanja): Pengunjung merasakan pengalaman berbelanja yang berbeda karena dapat berinteraksi langsung dengan penjual, mencicipi produk, serta menikmati suasana CFD yang ramai dan santai. Hal ini meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk UMKM.
3. Manfaat nyata yang dirasakan UMKM: Pelaku UMKM menyatakan bahwa CFD memberikan manfaat langsung berupa peningkatan penjualan, meskipun bersifat fluktuatif. Pada momen tertentu, pendapatan dapat meningkat hingga tiga sampai empat kali lipat dibanding hari biasa.
4. Peningkatan pendapatan UMKM: Sesuai indikator Fitriyani et al. (2024), sebagian besar pelaku UMKM mengakui adanya peningkatan pendapatan selama mengikuti CFD, terutama ketika jumlah pengunjung ramai.
5. Perluasan jaringan pemasaran dan pelanggan: Melalui CFD, UMKM mendapatkan pelanggan baru, termasuk pengunjung yang kemudian mengikuti media sosial UMKM atau menanyakan lokasi toko untuk pembelian lanjutan.
6. Kemampuan mempertahankan pelanggan dan munculnya inovasi: Pelaku UMKM mulai melakukan inovasi pada produk dan kemasan agar dapat mempertahankan pelanggan serta menarik minat beli ulang setelah kegiatan CFD selesai.

Peningkatan Kualitas Produk

Berdasarkan indikator peningkatan kualitas produk menurut Umma (2022) dan Faiz et al. (2022), hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Fitur dan karakteristik produk: Pelaku UMKM berupaya meningkatkan cita rasa, variasi produk, serta tampilan visual agar produk lebih menarik bagi konsumen CFD.
2. Kepuasan konsumen: Pengunjung menyatakan kepuasan terhadap produk yang memiliki rasa enak, tampilan menarik, dan harga terjangkau. Kepuasan ini mendorong terjadinya pembelian ulang.
3. Konsistensi kualitas berdasarkan standar: UMKM mulai memperhatikan kebersihan, kerapian penyajian, serta konsistensi rasa untuk menjaga kepercayaan konsumen.
4. Mutu dan kualitas kemasan: Beberapa UMKM telah memperbaiki kemasan agar lebih rapi, menarik, dan layak jual, sesuai dengan indikator Faiz et al. (2022).
5. Standar food-grade dan efisiensi produksi: Pelaku UMKM, khususnya di sektor kuliner, semakin memperhatikan keamanan produk dan kebersihan bahan serta peralatan produksi.
6. Dampak kualitas produk terhadap minat beli: Peningkatan kualitas produk terbukti memicu minat beli konsumen, baik pada saat CFD berlangsung maupun setelah kegiatan selesai.

Peningkatan Perekonomian UMKM Lokal di Banyuwangi

Berdasarkan indikator peningkatan perekonomian UMKM lokal menurut Gipari N et al. (2024) dan Umma (2022), hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Aksesibilitas permodalan: Peningkatan pendapatan dari hasil penjualan di CFD membantu pelaku UMKM menambah modal usaha, meskipun masih dalam skala terbatas.
2. Peningkatan kualitas produk:: UMKM semakin menyadari bahwa kualitas produk menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing dan pendapatan usaha.
3. Peningkatan kualitas SDM Melalui pengalaman berjualan di CFD, pelaku UMKM memperoleh pembelajaran langsung terkait pelayanan konsumen, komunikasi pemasaran, dan strategi penjualan.
4. Pemasaran dan branding: CFD berfungsi sebagai media promosi langsung yang efektif. UMKM memperoleh eksposur yang lebih luas dan membangun citra usaha melalui interaksi dengan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, pemanfaatan event Car Free Day (CFD) terbukti berperan penting dalam meningkatkan perekonomian UMKM lokal di Banyuwangi. CFD dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran langsung yang memungkinkan terjadinya interaksi intensif antara pelaku UMKM dan konsumen. Melalui komunikasi yang efektif, pelayanan yang ramah, serta suasana berbelanja yang nyaman, UMKM mampu menarik minat beli konsumen, sehingga berdampak pada peningkatan penjualan dan pendapatan selama kegiatan CFD berlangsung.

Selain meningkatkan penjualan, CFD juga memberikan manfaat berupa perluasan jaringan pemasaran dan peningkatan visibilitas usaha. Pelaku UMKM memperoleh pelanggan baru dan kesempatan promosi dengan biaya yang relatif rendah. Meskipun peningkatan pendapatan bersifat fluktuatif, CFD tetap menjadi media promosi yang efektif dan berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM lokal.

Namun demikian, pemanfaatan CFD tidak memberikan hasil optimal tanpa diimbangi dengan peningkatan kualitas produk. Tingginya persaingan di lokasi CFD menuntut pelaku UMKM untuk menyajikan produk yang berkualitas agar mampu bersaing dan mempertahankan minat konsumen. Perbaikan kualitas dilakukan melalui peningkatan rasa, kebersihan, konsistensi produk, serta kemasan yang lebih menarik dan aman.

Peningkatan kualitas produk berkontribusi langsung terhadap keberlanjutan pendapatan UMKM. Produk yang berkualitas tidak hanya meningkatkan penjualan saat CFD berlangsung, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen dalam jangka panjang, mendorong pembelian ulang, dan memperkuat branding usaha. Secara keseluruhan, pemanfaatan CFD yang didukung oleh peningkatan kualitas produk terbukti mampu meningkatkan perekonomian UMKM lokal, sehingga rumusan masalah penelitian telah terjawab melalui temuan lapangan dan pembahasan ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pemanfaatan Car Free Day (CFD) dan peningkatan kualitas produk dalam mendukung perekonomian UMKM lokal di Banyuwangi, dapat disimpulkan bahwa kegiatan CFD berperan penting sebagai ruang ekonomi yang efektif bagi pelaku UMKM. CFD memberikan kesempatan bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan, memperluas jaringan pelanggan, serta mempromosikan produk secara langsung kepada masyarakat. Peningkatan pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM bersifat fluktuatif, namun pada momen tertentu mampu naik hingga beberapa kali lipat dibanding hari biasa.

Selain itu, penyelenggaraan CFD berjalan cukup kondusif karena adanya koordinasi yang baik antara panitia, dinas terkait, dan pihak kepolisian sehingga kegiatan berlangsung aman dan tertib. Dari sisi pelaku UMKM, upaya meningkatkan kualitas produk melalui perbaikan rasa, kebersihan, dan kemasan terbukti berkontribusi pada minat beli konsumen dan pembelian ulang di luar kegiatan CFD. Pengunjung juga menunjukkan ketertarikan terhadap produk UMKM yang menarik, terjangkau, dan memiliki kualitas yang baik. Secara keseluruhan, CFD tidak hanya berfungsi sebagai event mingguan, tetapi menjadi platform strategis yang mampu mendukung pertumbuhan ekonomi UMKM melalui peningkatan penjualan, interaksi langsung dengan konsumen, serta penguatan kualitas produk.

Saran

Pelaku UMKM disarankan terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk, terutama pada rasa, kebersihan, dan kemasan agar mampu menarik dan mempertahankan pelanggan. UMKM juga perlu memanfaatkan CFD sebagai media promosi dengan mengarahkan konsumen ke media sosial atau lokasi usaha.

Pemerintah diharapkan meningkatkan fasilitas CFD seperti penataan tenda dan area lapak agar lebih tertib dan nyaman bagi UMKM. Selain itu, dukungan dalam bentuk pelatihan atau perluasan ruang pemasaran perlu diperkuat untuk membantu perkembangan UMKM lokal.

Masyarakat diharapkan semakin aktif mendukung UMKM lokal dengan membeli produk yang ditawarkan di CFD serta memberikan masukan konstruktif kepada pelaku usaha untuk membantu mereka meningkatkan kualitas produk. Selain itu, masyarakat dapat ikut menjaga kebersihan serta ketertiban selama CFD berlangsung agar kegiatan tetap nyaman dan menjadi ruang publik yang menyenangkan bagi semua pihak.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji pengaruh CFD secara lebih mendalam menggunakan pendekatan kuantitatif, misalnya dengan menghitung persentase peningkatan pendapatan UMKM atau mengukur tingkat kepuasan konsumen. Peneliti juga dapat memperluas cakupan penelitian dengan membandingkan CFD di beberapa lokasi atau meneliti dampak CFD terhadap keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Fattah Nasution. (2023). Metode Penelitian Kualitatif (A. F. Nasution, Ed.). banyuwangikab.co.id. (2025). Mulai 13 Juli, Pemkab Banyuwangi Kembali Gelar Car Free Day di Jalan A. Yani | Berita Banyuwangi. <https://banyuwangikab.go.id/berita/mulai-13-juli-pemkab-banyuwangi-kembali-gelar-car-free-day-di-jalan-a-yani>
- BeritaBWI. (2025). Pariwisata dan UMKM Menggeliat, BPS: Pertumbuhan Ekonomi Banyuwangi Lampaui Jatim dan Nasional | Berita Banyuwangi. <https://banyuwangikab.go.id/berita/pariwisata-dan-umkm-menggeliat-bps-pertumbuhan-ekonomi-banyuwangi-lampaui-jatim-dan-nasional>
- Faiz, M. R., Sujito, S., Sholihul Hadi, M., Zainul Falah, M., Bharotoyakti, A., & Putri Lestari, D. (2022). Peningkatan Kualitas Produk Dengan Mesin Pengemas Otomatis Pada UMKM Syarimpon Di Masa Pemulihan Ekonomi Dampak Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang. Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat (SINAPMAS) 2022.
- Fitriyani, I., Rachman, R., & Kurniawansyah, K. (2024). Peran Komunikasi Pemasaran dan Manajemen Strategi Sebagai Bentuk Pemulihan Ekonomi UMKM Pada Event Car Free Day Samota. Jurnal

- Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 5(2), 2726–2731.
<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3340>
- Ilmi, R., Agustina, T., Ardiyansyah, A., & Hidayati, S. N. (2024). Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian Masyarakat Kabupaten Sumbawa. *JOURNAL OF FINANCE, BUSINESS AND ECONOMICS*, 2(2), 34–42. <http://journal.unu-jogja.ac.id/>
- Maghviroh, R. El, & Supriyati, S. (2016). Pameran dan Kinerja UMKM: Sebuah Evaluasi Berkelanjutan. *Journal of Research and Applications: Accounting and Management*, 1(3), 211. <https://doi.org/10.18382/jraam.v1i3.54>
- Gipari N, Deswita D, Fauzi M, & Baihakhi M. (2024). Strategi Pengembangan Kualitas UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Dusun IV Desa Wargaluyu Kabupaten Bandung. *Community Empowerment : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 45–54. <https://doi.org/10.15575/commen.v1i2.641>
- Noviyanti, N. (2017). Mengukur Kesuksesan Sistem Akuntansi Instansi Basis Akrual (Saiba) Menggunakan Model Delone & McLEAN. *Jurnal Tata Kelola Dan Akuntabilitas Keuangan Negara*, 151–173. <https://doi.org/10.28986/jtaken.v2i2.62>
- Nurdin, F., Al Fajri, R., Dava, N., Hidayat, S., Qonitatin, R., & Dwiguna, R. (2024). Implementasi Dampak Kegiatan Bazar Sebagai Upaya dalam Mengoptimalkan UMKM di RW 03 Desa Sukatani, Kec. Ngamprah Kab. Bandung Barat. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 06.
- Rizal, M. H., & Sahri, M. Z. (2024). Peran Car Free Day sebagai Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Mojokerto. *Nuris Journal of Education and Islamic Studies*, 4(1), 63–70. <https://doi.org/10.52620/jeis.v4i1.62>
- Roidah, L. (2018). Meningkatkan Kualitas Produk Sebagai Strategi Fundamental dalam Bersaing. *Management and Business*, 1(1).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Sutoni, A., & Randany, M. R. (2021). Pendampingan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Kualitas Produk di Desa Rancagoong, Kecamatan Cilaku, Kabupaten Cianjur. *IKRAITH-ABDIMAS*, 4. <https://www.kompas.com/skola/read/201>
- Tribun Jatim. (2025, November). Berkat Pariwisata dan UMKM, Data BPS: Ekonomi Banyuwangi Tumbuh Lampau Jawa Timur dan Nasional - tribunjatim-timur.com. <https://tribunjatim-timur.com/banyuwangi/32409/berkat-pariwisata-dan-umkm-data-bps-ekonomi-banyuwangi-tumbuh-lampau-jawa-timur-dan-nasional>
- Umma, Z. N. (2022). Analisis Pengaruh Aksesibilitas Permodalan, Peningkatan Kualitas Produk dan Peningkatan Kualitas SDM terhadap Pendapatan UMKM di Sidoarjo. *Bharanomics*, 3(1). <https://doi.org/10.46821/bharanomics.v3i1.329>
- Wartajatim.co.id. (2025). Pertumbuhan Ekonomi Banyuwangi Tembus 5,85 Persen, Lampau Rata-Rata Jawa Timur dan Nasional Berkat Pariwisata dan UMKM - [Wartajatim.co.id](https://wartajatim.co.id). <https://www.wartajatim.co.id/jawa-timur/1931588599/pertumbuhan-ekonomi-banyuwangi->

tembus-585-persen-lampau-rata-rata-jawa-timur-dan-nasional-berkat pariwisata-dan-umkm?page=1&utm_source=chatgpt.com Yoewawinata, J. R., &

Auliya, A. (2025). Analisis Dampak Pelaksanaan Event Dalam Mewujudkan Ekonomi Berkelanjutan Pelaku Umkm Di Kota Bandung (Studi Kasus Event Bazar 101 Project).