

Peningkatan Sosioekonomi Masyarakat Melalui Pelatihan Display Toko Bagi Galeri UMKM TP PKK Kabupaten Lumajang

¹A'rasy Fahrullah*

Program Studi Ekonomi Islam,
Universitas Negeri Surabaya Jalan
Ketintang, Surabaya 60231,
Indonesia
arasyfahrullah@unesa.ac.id

²Ach. Yasin

Program Studi Ekonomi Islam,
Universitas Negeri Surabaya Jalan
Ketintang, Surabaya 60231,
Indonesia
achyasin@unesa.ac.id

³Ahmad Ajib Ridlwan

Program Studi Ekonomi Islam,
Universitas Negeri Surabaya Jalan
Ketintang, Surabaya 60231,
Indonesia
ahmadajibridlwan@unesa.ac.id

⁴Khusnul Fikriyah

Program Studi Ekonomi Islam,
Universitas Negeri Surabaya Jalan
Ketintang, Surabaya 60231,
Indonesia
khusnulfikriyah@unesa.ac.id

⁵Rachma Indrarini

Program Studi Ekonomi Islam,
Universitas Negeri Surabaya Jalan
Ketintang, Surabaya 60231,
Indonesia
rachmaindrarini@unesa.ac.id

⁶Moch. Khoirul Anwar

Program Studi Ekonomi Islam,
Universitas Negeri Surabaya Jalan
Ketintang, Surabaya 60231,
Indonesia
khoirulanwar@unesa.ac.id

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises or commonly called UMKM is one of the driving wheels of the economy in Indonesia, especially in Lumajang district. The increasing number of MSMEs from year to year shows that the majority of people in Lumajang are starting to wish to create their own business. However, the obstacle that is often faced by business actors in Lumajang is their lack of ability to distribute their products. Low knowledge about product displays is a problem and has an impact on low product value and is less desirable. To overcome this, product display training is carried out. The method used is training delivered offline. The result of this activity is an increase in the participants' knowledge and ability to display products. This is known from the responses of the participants to the questionnaire given which showed the results that all participants agreed that the material provided was useful and had an impact on increasing the participants' knowledge.

Keywords: Socioeconomic, Training, Product Display

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah atau biasa disebut UMKM merupakan salah satu penggerak roda perekonomian di Indonesia khususnya di kabupaten lumajang. Meningkatnya jumlah UMKM dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat di lumajang mulai berkeinginan untuk membuat bisnisnya sendiri. Namun kendala yang sering dihadapi oleh pelaku usaha di lumajang adalah kurangnya kemampuan mereka dalam mendisplay produknya. Pengetahuan yang rendah mengenai display produk menjadi masalah tersendiri dan berdampak pada nilai produk yang rendah dan kurang diminati. Untuk mengatasi hal tersebut dilakukan pelatihan display produk. Metode yang digunakan adalah pelatihan yang disampaikan secara luring. Hasil dari kegiatan ini berupa peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta dalam mendisplay produk. Hal ini diketahui dari respon peserta pada kuesioner yang diberikan yang menunjukkan hasil bahwa seluruh peserta setuju bahwa materi yang diberikan bermanfaat dan berdampak pada peningkatan pengetahuan peserta.

Kata Kunci: Sosioekonomi, Pelatihan, Display

PENDAHULUAN

Kabupaten Lumajang adalah salah satu daerah yang berada di wilayah bagian selatan provinsi Jawa Timur yang terdiri dari 21 Kecamatan, 195 Desa dan 7 kelurahan. Di sebelah barat Lumajang berbatasan dengan Kabupaten Malang dan di sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Probolinggo. Sementara di sisi timur, berbatasan dengan Kabupaten Jember dan di sebelah selatan dengan Samudera Hindia. Kabupaten Lumajang sendiri memiliki potensi yang cukup besar pada sektor pertanian dan pertambangan meskipun belum sepenuhnya dapat di eksploitasi secara optimal oleh pemerintah dan masyarakat sekitar. Beberapa potensi yang dimiliki Kabupaten Lumajang juga diantaranya yaitu sektor

peternakan, sektor perindustrian dan perdagangan, sektor kehutanan, sektor perikanan dan sektor pariwisata (Lumajangkab.go.id).

Pada 4 Desember 2021, terjadi bencana alam yakni erupsi Gunung Semeru di Kabupaten Lumajang. Adanya peristiwa tersebut memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian masyarakat Lumajang. Salah satu yang paling terdampak adalah sektor pertanian di Kabupaten Lumajang yang merupakan lumbung pangan Jawa Timur. Sektor lainnya yang terdampak yakni perkebunan, pertanian, peternakan, perdagangan, pertambangan serta pariwisata (Kompas.com).

Erupsi Gunung Semeru yang terjadi pada akhir tahun 2021 tersebut juga berdampak pada Struktur lapangan usaha masyarakat yang berada di Kabupaten Lumajang. Sebelumnya, struktur ekonomi Kabupaten Lumajang didominasi oleh tiga pusat lapangan kerja utama yaitu pertanian, kehutanan dan perikanan. Namun seiring dengan bertambahnya waktu terjadi pergeseran menuju ke lapangan usaha lainya seperti UMKM. Pernyataan tersebut dapat dilihat dari bertambahnya jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Lumajang pada tahun 2020 mencapai 25.894 UMKM dan pada tahun 2021 semakin berkembang sehingga jumlahnya mencapai 37.502. Adapun dari 21 kecamatan yang ada di Lumajang, sektor UMKM terbanyak berada di Kota Lumajang dengan jumlah UMKM sebanyak 6,964 pada tahun 2021 (Lumajangkab.go.id).

Usaha Mikro Kecil Menengah atau biasa disebut UMKM merupakan salah satu penggerak roda perekonomian di Indonesia, meningkatnya jumlah UMKM di Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia mulai berkeinginan untuk membuat bisnisnya sendiri. Namun banyak pelaku UMKM merasa bahwa perusahaan mereka berjalan normal tetapi sebenarnya UMKM tersebut tidak mengalami perkembangan. Sebagai contoh dalam hal penataan display yang terkesan asal-asalan dan membuat produk yang mereka jual seharusnya bagus namun tidak menarik pembeli dikarenakan kurangnya perhatian dalam hal tata display.

Galeri UMKM Tim Penggerak PKK Kabupaten Lumajang terletak di Jl. Arif Rachman Hakim No.2, Ditotrunan, Kec. Lumajang, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur 67313. Galeri UMKM ini digagas oleh TP PKK Kabupaten Lumajang yang mendukung dan membantu jalannya program Pemerintah Daerah dengan mewadahi seluruh UMKM yang tersebar di Kabupaten Lumajang untuk memamerkan produknya. Untuk mendukung hal tersebut maka dibutuhkan tata letak display yang menarik agar konsumen tertarik untuk berkeliling dan melihat isi dari galeri UMKM. Maka dari itu perlu kiranya dilakukan upaya perubahan khususnya dalam segi sosioekonomi melalui pelatihan tata display toko agar dapat meningkatkan nilai jual dari suatu produk dan mendorong minat serta membangkitkan keinginan untuk mencoba dan membeli produk yang dijual.

METODE

Metode pendekatan berupa Pelatihan untuk meningkatkan pemahaman dan ketrampilan mitra terakit display toko bagi galeri UMKM TP PKK Kabupaten Lumajang. Tahapan pelatihan dan sosialisasi untuk mengatasi permasalahan utama mitra dalam kurun waktu realisasi program adalah sebagai berikut.

1. Pelaksanaan kegiatan ini di mulai dari melakukan survey lokasi ini dilaksanakan sebelum pembuatan proposal PKM. Survey ini laksanakan oleh perwakilan dari tim. Hasil survey digunakan dalam identifikasi permasalahan mitra.
2. Analisis kebutuhan dan pendataan peserta yang diawali dari survey ke PKK Lumajang untuk melihat kondisi dan berkoordinasi dengan Ketua Tim Penggerak. Hasil survey menunjukkan bahwa galeri UMKM perlu diberikan perbaikan terkait dengan display.
3. Untuk kelancaran kegiatan pelatihan, maka dilakukan penyiapan pembuatan materi terkait dengan display.
4. Pelatih display took bagi geleri UMKM TP PKK. Pelatihan ini untuk memberikan pengetahuan dasar terkait dengan display toko untuk produk UMKM TP PKK.
5. Evaluasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan melihat ketercapaian indikator yang telah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian pada masyarakat yang bekerja sama dengan PKK Kabupaten lumajang telah di laksanakan sesuai dengan tahapan sebagai berikut:

1. Persiapan Pelaksanaan PKM

Persiapan pelaksanaan PKM dengan membagi Tim yaitu tim penghimpunan data, dokumen tasi dan persiapan pelaksana teknis. Tim data menghimpun data peserta PKM yaitu jumlah peserta PKM dari ibu-ibu PKK serta jumlah produk UMKM yang di hasilkan ibu-ibu PKK tersebut. Dalam hal ini tim melakukan penelusuran dengan berkoordinasi dengan ketua PKK kabupaten Lumajang. Untuk tim dokumentasi dengan melakukan desain display toko untuk produk UMKM TP PKK. Dan untuk pelaksana teknis melakukan persiapan pelatihan dengan membuat materi pelatihan.

2. Pelaksanaan Kegiatan PKM

Pada tanggal 29 agustus 2022 telah dilaksanakan pelatihan kepada TP PKK kabupaten Lumajang yang diikuti dengan antusias oleh para peserta dihadiri pula oleh ibu bupati sebagai ketua tim penggerak PKK kabupaten Lumajang. Pada kegiatan ini disampaikan materi berupa teknik pembuatan display promosi dan kemasan untuk meningkatkan pendapatan pada UMKM. Secara umum materi yang disampaikan terdiri atas pengertian display, kriteria display dan teknik desain display dan kemasan. Berikut adalah dokumentasi kegiatan pelatihan yang dilakukan.



Gambar 1. Pelatihan Display Produk UMKM TP PKK Lumajang

Pada pelatihan ini, peserta diberikan materi mengenai prinsip display dan kemasan yang menarik. Kegiatan pelatihan menitikberatkan dan focus pada meningkatkan kemampuan peserta dalam mendisplay produk UMKM. Selain itu, juga dilakukan sesi diskusi antara peserta dan pemateri.

Tim PKM gua memudahkan peserta pelatihan dalam memahami materi, melakukan praktek secara langsung dalam mendisplay produk. Tim pengabdian di bagi menjadi dua bagian, dimana satu bagian berperan sebagai tutor dan memberikan penjelasan di depan ruangan. Bagian lainnya memeriksa dan mendampingi peserta. Hal ini bertujuan agar seluruh peserta lebih memahami materi pelatihan. Adapun hasil display yang di lakukan peserta pelatihan sebagai output dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu peningkatan keterampilan penataan display yang dapat terlihat pada hasil di bawah ini.



Gambar 2. Display Produk UMKM TP PKK Lumajang

3. Evaluasi Pelaksanaan PKM

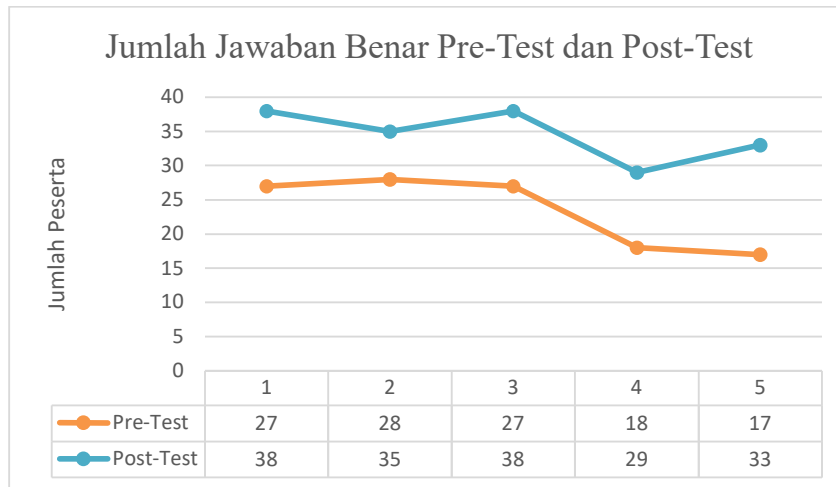
Sebelum dilaksanakan pelatihan, Tim PKM memberikan soal Pre-Test. Hasil soal Pre-Test digunakan sebagai gambaran pada tingkat mana pemahaman yang dimiliki Tim Penggerak PKK Kabupaten Lumajang (peserta PKM) tentang Display Toko yang Baik. Pertanyaan dibuat dalam bentuk pilihan ganda, untuk mempermudah dan agar dapat menghemat waktu.

Setelah pelaksanaan, peserta mengisi soal Post-Test. Hasil soal Post-Test digunakan untuk mengukur pemahaman tentang literasi keuangan syariah setelah dilakukan edukasi “Peningkatan Sosioekonomi Masyarakat Melalui Pelatihan Display Toko Bagi Galeri UMKM TP PKK Kabupaten Lumajang”. Berikut adalah list pertanyaan yang diajukan untuk Pre-Test dan Post-Test:

1. Bagaimana karakteristik produk fresh?
2. Apa saja standar penjual dalam melayani pembeli?
3. Apa yang dimaksud dengan toko tradisional?
4. Apa saja yang harus diperhatikan dalam layout toko?
5. Apa saja jenis layout toko?

Angket soal post-test dan pre-test yang disebar adalah sebanyak 50, sejumlah tim penggerak PKK

Kabupaten Lumajang yang mengikuti kegiatan PKM. Namun, ada beberapa angket yang tidak kembali dan rusak. Sehingga tim memutuskan untuk menggunakan sampel sebanyak 40 angket.



Gambar 3. Rekapitulasi Hasil dari Pre-Test dan Post-Test

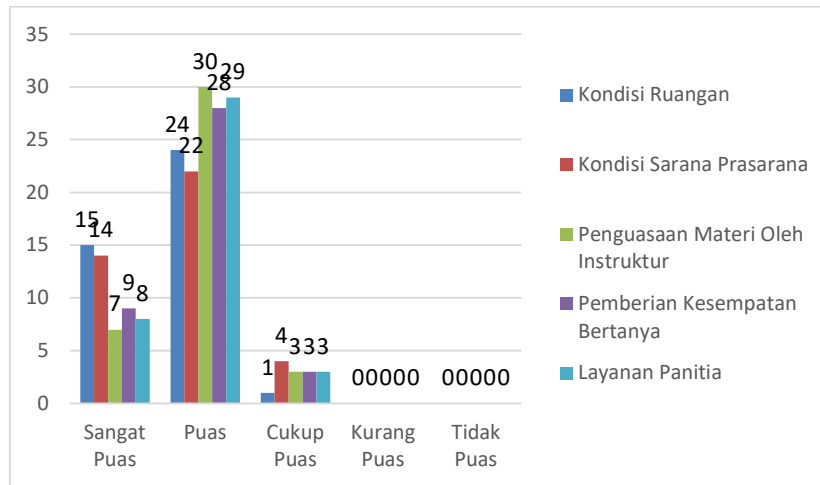
Sumber: Tabulasi Data PKM 2022, Diolah.

Hasil Pre-Test menunjukkan masih rendahnya tingkat pemahaman Tim Penggerak PKK tentang pengetahuan dalam Display Toko / Galeri. Bahkan ada 2 soal yang jawaban benar tidak mencapai 50%, yakni soal nomor 4 dan nomor 5. Pada Soal pertama jumlah jawaban yang benar adalah 27 (67,5%). Pada soal ke dua jumlah jawaban benar adalah 28 (70%). Pada soal ke tiga jumlah jawaban benar adalah 27 (67,5%). Pada soal ke empat jumlah jawaban yang benar adalah 18 (45%). Dan Pada soal ke lima jumlah jawaban yang benar adalah 17 (42,5%).

Hasil Post-Test menunjukkan tingkat pemahaman Tim Penggerak PKK Kabupaten Lumajang tentang Display toko yang baik mengalami peningkatan. Secara Tim Penggerak PKK sudah paham dan dapat menjawab pertanyaan dengan benar. Jawaban benar pada soal pertama sebanyak 38 (95%), jawaban benar pada soal nomor dua sebanyak 35 (87,5%). Pada soal nomor tiga, jawaban benar sebanyak 38 (95%) sedangkan jawaban benar nomor empat sebanyak 29 (72,5%) dan jawaban benar pada nomor lima sebanyak 33 (82,5%). Pada jawaban nomor empat dan lima sudah mengalami peningkatan setelah dilakukan edukasi dan pelatihan oleh tim PKM Ekonomi Islam Unesa. Jika di bandingkan terlihat peningkatan yang signifikan antara jawaban benar sebelum dan setelah pelaksanaan kegiatan mengalami peningkatan.

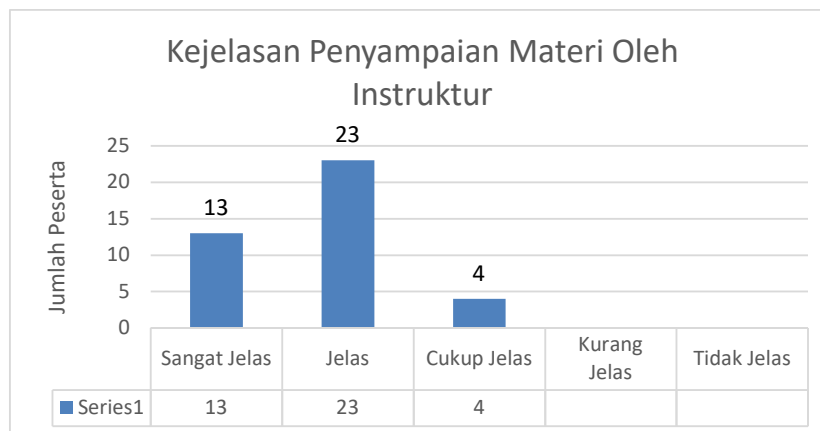
Respon Peserta Tim Penggerak PKK Terhadap Kegiatan Peningkatan Pengetahuan Display Toko

Respon dan antusiasme peserta dalam kegiatan ini sangat besar yang tercermin dari banyaknya peserta yang hadir dalam pelaksanaan kegiatan Peningkatan Pengetahuan Display Toko pada Tim Penggerak PKK Kabupaten Lumajang, yakni sebanyak 50 Orang. Penilaian oleh Peserta PKM terkait Pelayanan selama pelaksanaan kegiatan PKM yang berlokasi di hall Pendopo Kabupaten Lumajang ditunjukkan dalam Gambar 5.4. Pelayanan tim PKM untuk 5 indikator secara umum peserta menjawab Puas. Penilaian tentang layanan Tim PKM kepada Peserta PKM dari kelima indikator (Kondisi Ruangan, Kondisi Sarana dan Prasarana, Penguasaan Materi Oleh Instruktur, Pemberian Kesempatan Bertanya, serta layanan panitia) rata-rata peserta menjawab puas.



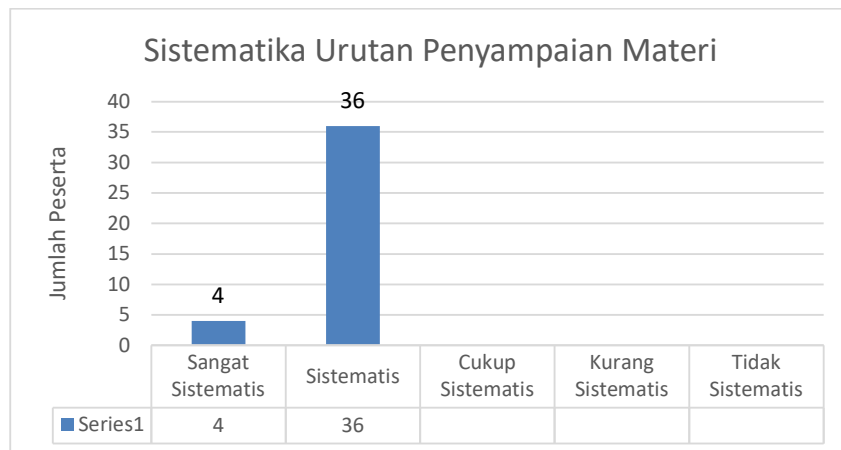
Gambar 4. Pelayanan Tim PKM
Sumber: Tabulasi Data PKM 2022, Diolah.

Dalam hal Kejelasan Materi oleh Instruktur rata-rata peserta menjawab jelas, sebaran datanya adalah 13 (32,5%) orang menjawab sangat jelas, 23 (57,5%) orang menjawab jelas, dan 4 (10%) orang menjawab cukup jelas. Sebaran data ditunjukkan dalam gambar 5.5.



Gambar 5. Kejelasan Penyampaian Materi Oleh Instruktur
Sumber: Tabulasi Data PKM 2022, Diolah.

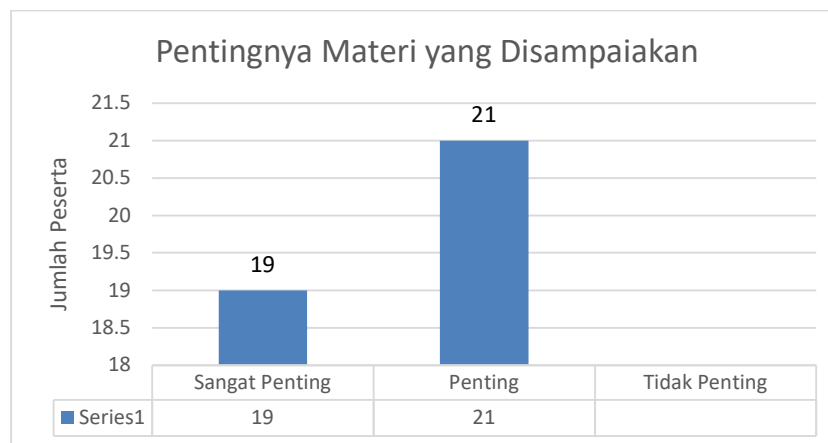
Sistematika penyampaian materi, sebanyak 36 (90%) santri menjawab sistematis, sedangkan sisanya sebanyak 4 (10%) peserta menjawab sangat sistematis. Hal ini dipengaruhi oleh penggunaan slide power point yang simple, penyampaian contoh kasus sesuai kondisi sebenarnya dilapangan, dan penyampaian langkah-langkah display barang di toko. Sebaran datanya ditunjukkan dalam Gambar 5.6.



Gambar 6. Sistematika Penyampaian Materi

Sumber: Tabulasi Data PKM 2022, Diolah.

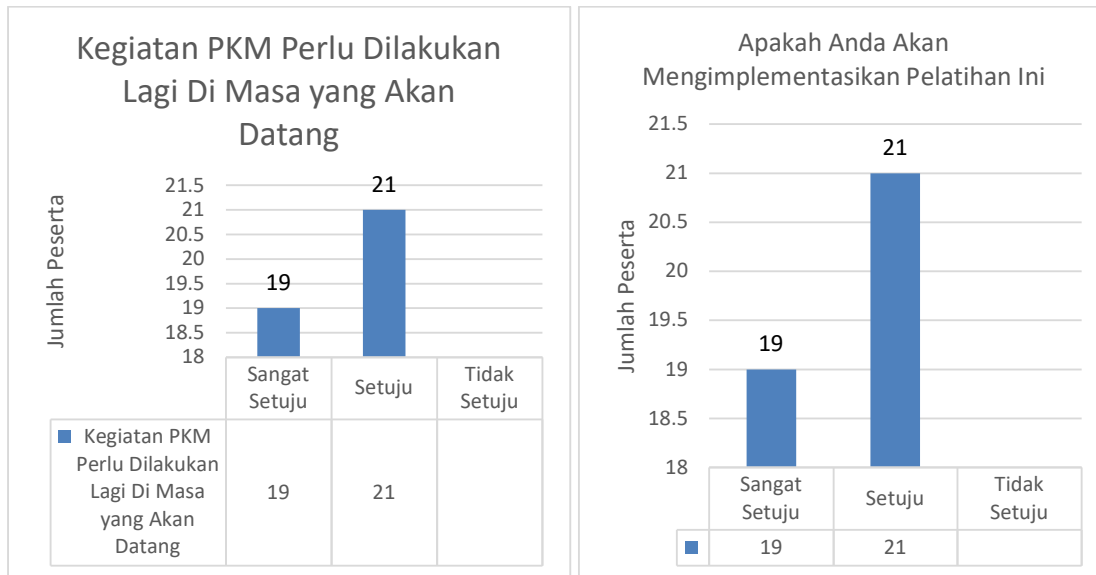
Penilaian peserta pelatihan tentang pentingnya Materi yang disampaikan oleh Instruktur sebanyak 21 (52,5%) peserta menjawab penting, dan sisanya sebanyak 19 (47,5%) menjawab penting. Hal ini dapat disimpulkan bahwa materi dan tugas yang diberikan dalam pelatihan display toko ada keterkaitan yang berkesinambungan satu sama lain dan membuat peserta mudah memahami tugas yang telah diberikan. Sebaran Datanya Ditunjukkan Dalam Tabel 5.7.



Gambar 7. Pentingnya Materi yang Disampaikan

Sumber: Tabulasi Data PKM 2022, Diolah.

Keberlanjutan kegiatan untuk indikator diteruskan pada waktu yang akan datang dengan materi yang lain, Sebanyak 19 (47,5%) peserta menjawab setuju, sisanya 21 (52,5%) menjawab sangat setuju. Sedangkan untuk indikator keinginan untuk mengimplementasikan hasil dari kegiatan pelatihan, sebanyak 19 (47,5%) peserta menjawab sangat setuju, sedangkan sisanya 21 (52,5%) peserta menjawab setuju. Hal ini berarti bahwa peserta sangat bersemangat untuk mulai mempraktikkan untuk segera melakukan display toko produk UMKM tersebut.



Gambar 8. Keberlanjutan Kegiatan PKM

Sumber: Tabulasi Data PKM 2022, Diolah.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan program Pengabdian Masyarakat dapat disimpulkan bahwa:

1. Kegiatan PkM ini telah dilakukan dengan memberikan pelatihan mengenai perancangan display promosi dan kemasan untuk kemajuan UMKM. Kegiatan ini menghasilkan output berupa peningkatan pengetahuan peserta mengenai cara merancang display promosi dan kemasan. Hasil ini diketahui dari kuesioner dan tanggapan yang diberikan oleh peserta setelah kegiatan PkM berlangsung
2. Kegiatan PKM ini belum sempurna mengingat waktu yang tersedia terbatas. Sehingga perlu dilakukan kegiatan PKM lanjutan yang berupa pendampingan secara berkala kepada peserta sehingga peningkatan kinerja UMKM dan kemajuan UMKM dapat dicapai.
3. Kegiatan PKM lanjutan yang dapat dilakukan berupa pendampingan dalam mempromosikan produk UMKM melalui media sosial dan platform digital guna peningkatan volume penjualan produk UMKM TP PKK Kabupaten Lumajang

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fahrullah dan Khoirudin. (2020). *Implementasi Strategi Pemasaran Berbasis Internet Marketing Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Laznas Nurul Hayat Surabaya*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, hal 71-78.
- [2] Fahrullah and Rezqy. (2021). *A Prototype of Digital Sharia Business Incubator to Develop Rural Economy*. Jurnal Atlantis Press, Vol. 209.
- [3] Fikri, Ramadhan, Hardilawati, Hichmaed, Sulistyandari, Kusumah, Zaki dan Akhmad. (2021). *Manajemen Biaya Dan Strategi Pemasaran Dalam Pemulihan Perolehan Laba Umkm Dimasa Pandemi Covid-19*. Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol. 3
- [4] Indrarini dan Aini. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Simpanan Wadiah Pada USPPS BMT Sunan Drajat Tunggal Paciran Lamongan*. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial, Vol. 1
- [5] Karina. (2021, Desember 6) Semeru Meletus, Hasil Pertanian Dari Lumbung Pangan Jatim Terganggu. <https://www.kompas.tv/article/238993/semeru-meletus-hasil-pertanian-dari-lumbung-pangan-jatim-terganggu>
- [6] Lumajangkab.go.id. (2022). Profil Daerah. <https://lumajangkab.go.id/main/gambaran>.