

OPTIMALISASI TATA RUANG DAN ETALASE UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN

Erita Riski putri¹⁾, Rezzi Nanda Bariski²⁾, Nur Desilawati³⁾
Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 Jakarta, Indonesia
e-mail: eritariski.putri@gmail.com, rezzinandabz@yahoo.com,
ndesilawati@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk optimalisasi tata ruang dan etalase guna meningkatkan daya tarik konsumen di Perkumpulan UMKM Komunitas Sukses Berjamaah Indonesia (KSBI) di Jakarta Selatan. Dosen IBI Kosgoro 1957 turut berperan dalam kegiatan ini dengan fokus pada peningkatan efektivitas tata ruang dan etalase yang akan memberikan dampak positif pada penjualan dan pertumbuhan UMKM. Kegiatan ini dimulai dengan penyuluhan kepada anggota KSBI mengenai pentingnya tata ruang dan etalase yang menarik untuk menarik perhatian konsumen. Dalam penyuluhan ini, dosen IBI Kosgoro 1957 akan berbagi pengetahuan dan pengalaman praktis tentang desain tata ruang yang efektif dan strategi pemasaran melalui etalase yang menarik. Setelah penyuluhan, dilakukan analisis tata ruang dan etalase di KSBI untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Dosen IBI Kosgoro 1957 dan timnya bekerja sama dengan anggota KSBI dalam merancang ulang tata ruang dan etalase yang lebih menarik dan fungsional. Mereka mempertimbangkan faktor-faktor seperti penataan produk, pencahayaan, visual merchandising, dan pengaturan ruang yang efisien. Selanjutnya, implementasi perubahan tata ruang dan etalase Berkolaborasi antara dosen IBI Kosgoro 1957, timnya, dan anggota KSBI. Mereka bekerja sama dalam merencanakan dan melaksanakan perubahan yang diperlukan. Dosen IBI Kosgoro 1957 memberikan bimbingan dan saran kepada anggota KSBI dalam mengoptimalkan tata ruang dan etalase mereka. Hasil dari kegiatan ini mampu meningkatkan daya tarik konsumen terhadap UMKM di KSBI dengan menerapkan prinsip-prinsip desain untuk meningkatkan efektivitas tata ruang dan etalase di masa depan. Dengan tata ruang yang efektif dan etalase yang menarik, dapat meningkatkan penjualan dan pertumbuhan bisnis anggota serta memberikan manfaat pengetahuan dan keterampilan kepada anggota KSBI dalam mengelola tata ruang dan etalase.

KATA KUNCI: *Tata Ruang, Menarik, Praktis, Daya Tarik Konsumen, KSBI Jakarta Selatan.*

ABSTRACT

This community service activity aims to optimize spatial arrangement and display layout to enhance consumer appeal for the Micro, Small, and Medium

Enterprises (MSMEs) of the Komunitas Sukses Berjamaah Indonesia (KSBI) in South Jakarta. Lecturers from IBI Kosgoro 1957 participated in this activity, focusing on improving the effectiveness of spatial arrangement and displays, which will positively impact sales and the growth of the MSMEs. This activity began with an outreach to KSBI members on the importance of an attractive spatial arrangement and display to capture consumer attention. In this outreach, the IBI Kosgoro 1957 lecturers shared knowledge and practical experience on effective spatial design and marketing strategies through appealing displays. After the outreach, an analysis of the spatial arrangement and displays at KSBI was conducted to identify areas that needed improvement. The lecturers and their team collaborated with KSBI members to redesign the layout and displays, making them more attractive and functional. They considered factors such as product arrangement, lighting, visual merchandising, and efficient space management. Next, the implementation of changes to the layout and displays was carried out in collaboration between the IBI Kosgoro 1957 lecturers, their team, and KSBI members. They worked together to plan and execute the necessary changes. The IBI Kosgoro 1957 lecturers provided guidance and recommendations to KSBI members in optimizing their spatial arrangement and displays. The results of this activity are expected to enhance consumer appeal towards KSBI MSMEs. With effective spatial arrangements and attractive displays, MSME products are expected to be better showcased and catch the attention of consumers, ultimately boosting sales and business growth for KSBI members. This community service activity also provided KSBI members with knowledge and skills in managing their spatial arrangements and displays. They can apply design principles to increase the effectiveness of their spatial arrangements and displays in the future.

KEYWORDS: *Spatial Arrangement, Attractive, Practical, Consumer Appeal, KSBI South Jakarta.*

Received: July 02 2024	Revision: September 10 2024	Publication: October 13 2024
---------------------------	--------------------------------	---------------------------------

PENDAHULUAN

Dasar pemikiran dilakukannya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk mendukung pertumbuhan dan keberhasilan UMKM di Perkumpulan Komunitas Sukses Berjamaah Indonesia (KSBI) di Jakarta Selatan. UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian lokal, namun mereka sering menghadapi tantangan dalam memperoleh daya tarik konsumen yang cukup untuk meningkatkan penjualan (Chrismardani, 2014; Subekti et al., 2023).

Dalam konteks tersebut, tim dosen IBI Kosgoro 1957 percaya bahwa optimalisasi tata ruang dan etalase dapat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan

daya tarik konsumen (Jang et al., 2018; Krasnikolakis et al., 2018; Pambagus, 2024; Suryani, 2021). Tata ruang yang efektif dan etalase yang menarik dapat membuat produk UMKM lebih terlihat dan menarik perhatian konsumen. Dengan demikian, tujuan utama kegiatan ini adalah untuk membantu anggota KSBI dalam mengoptimalkan tata ruang dan etalase mereka agar dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan menghasilkan peningkatan penjualan.

Pemikiran ini didasarkan pada pemahaman bahwa tata ruang dan etalase yang baik dapat menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan dan memudahkan konsumen dalam menemukan produk yang mereka cari. Dosen IBI Kosgoro 1957 dan timnya berpendapat bahwa dengan memberikan pengetahuan dan keterampilan yang tepat kepada anggota KSBI, mereka dapat mengubah tata ruang dan etalase yang biasa menjadi yang menarik dan efektif.

Selain itu, pemikiran ini juga didasarkan pada pengamatan bahwa banyak UMKM masih membutuhkan bimbingan dan dukungan dalam hal pemasaran dan strategi penjualan. Dosen IBI Kosgoro 1957 dan timnya ingin memberikan kontribusi mereka dengan berbagi pengetahuan dan pengalaman praktis tentang desain tata ruang dan strategi pemasaran melalui etalase yang efektif.

Dengan dasar pemikiran ini, kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi anggota KSBI dalam meningkatkan daya tarik konsumen, penjualan, dan pertumbuhan UMKM mereka. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk memberdayakan anggota KSBI dengan pengetahuan dan keterampilan yang dapat mereka terapkan dalam mengelola tata ruang dan etalase di masa depan.

Pengabdian masyarakat ini mengacu pada pekerjaan sukarela yang dilakukan untuk memberi manfaat bagi komunitas atau individunya. Ini adalah tindakan tanpa pamrih yang bertujuan untuk meningkatkan kehidupan orang lain dan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Pengabdian masyarakat dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, antara lain bimbingan belajar, penggalangan dana, pengorganisasian acara, dan pemberian bantuan kepada mereka yang membutuhkan. Jenis pekerjaan ini sering dilakukan melalui organisasi atau kelompok yang berdedikasi untuk melayani masyarakat. Salah satu tujuan utama pengabdian kepada masyarakat adalah menumbuhkan rasa tanggung jawab dan kasih sayang di antara individu (Pramayoga, 2019; Sugianto et al., 2023).

Dengan terlibat dalam pekerjaan sukarela, individu dapat mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang tantangan yang dihadapi orang lain dan mendapatkan apresiasi yang lebih besar atas hak istimewa yang mungkin mereka miliki. Pengabdian masyarakat juga memberikan kesempatan bagi individu untuk memberikan dampak positif terhadap dunia di sekitarnya dan berkontribusi pada kebaikan bersama. Melalui kesukarelaan, individu dapat membangun hubungan dengan orang lain di komunitasnya dan bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Berpartisipasi dalam pengabdian masyarakat dapat memberikan berbagai manfaat, baik bagi individu yang melakukan layanan maupun bagi masyarakat secara keseluruhan. Bagi individu, pengabdian masyarakat dapat memberikan rasa kepuasan dan tujuan, serta peluang untuk pertumbuhan pribadi dan pengembangan keterampilan. Dengan memberi kembali kepada komunitasnya, individu juga dapat membangun rasa bangga dan kepuasan karena mengetahui bahwa mereka membuat perbedaan dalam kehidupan orang lain. Selain itu, pengabdian masyarakat dapat membantu individu membangun rasa empati dan pengertian terhadap orang-orang yang mungkin berbeda dari dirinya (Akhmad, 2015; Faridatuz, 2018).

Pengabdian masyarakat adalah aspek penting dalam masyarakat yang melibatkan individu yang menyumbangkan waktu dan keterampilannya untuk membantu orang lain yang membutuhkan. Hal ini memainkan peran penting tidak hanya dalam meningkatkan kesejahteraan mereka yang membutuhkan tetapi juga memperkuat masyarakat secara keseluruhan. Di IBI Kosgoro 1957, pengabdian masyarakat sangat dihargai dan didorong di kalangan siswa karena menanamkan nilai-nilai penting seperti empati, kasih sayang, dan tanggung jawab sosial. Terlibat dalam pengabdian masyarakat di IBI Kosgoro 1957 memberikan siswa kesempatan untuk memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar mereka. Dengan berpartisipasi dalam berbagai proyek layanan, siswa dapat mengatasi masalah sosial yang penting, seperti kemiskinan, kelaparan, dan kesenjangan pendidikan. Selain itu, pengabdian masyarakat memungkinkan siswa untuk mengembangkan keterampilan hidup yang penting, seperti komunikasi, kerja tim, dan pemecahan masalah, yang penting untuk pertumbuhan pribadi dan profesional mereka (Nurdin et al., 2020; Sitinah & Sofiwati, 2021).

Selain itu, pengabdian masyarakat di IBI Kosgoro 1957 membantu mahasiswa mengembangkan rasa memiliki dan koneksi kepada komunitas mereka. Dengan berpartisipasi aktif dalam proyek pengabdian, mahasiswa mampu membangun hubungan yang bermakna dengan orang lain dan

menciptakan rasa persatuan dan solidaritas di dalam sekolah dan masyarakat sekitar. Melalui pengabdian masyarakat, mahasiswa juga belajar pentingnya memberi kembali dan berkontribusi demi kebaikan yang lebih besar, menumbuhkan rasa keterlibatan dan tanggung jawab sosial di kalangan mahasiswa.

Kegiatan ini akan memberdayakan anggota KSBI dalam mengelola tata ruang dan etalase di masa depan melalui beberapa cara:

1. Penyuluhan dan Pembagian Pengetahuan:

Dalam kegiatan ini, dosen IBI Kosgoro 1957 dan timnya akan memberikan penyuluhan kepada anggota KSBI mengenai pentingnya tata ruang dan etalase yang efektif. Mereka akan berbagi pengetahuan tentang desain tata ruang yang baik, strategi pemasaran melalui etalase, penataan produk yang menarik, pencahayaan yang sesuai, dan pengaturan ruang yang efisien. Dengan demikian, anggota KSBI akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip desain yang dapat mereka terapkan di masa depan.

2. Kolaborasi dalam Perancangan Ulang:

Dalam analisis tata ruang dan etalase di KSBI, anggota KSBI akan terlibat secara aktif bersama dengan dosen IBI Kosgoro 1957 dan timnya dalam merancang ulang tata ruang dan etalase yang lebih baik. Melalui kolaborasi ini, anggota KSBI akan belajar secara praktis tentang proses perancangan dan pengambilan keputusan yang efektif dalam mengoptimalkan tata ruang dan etalase mereka. Mereka akan terlibat dalam menentukan penataan produk, pengaturan ruang, dan elemen desain lainnya.

3. Implementasi Perubahan:

Anggota KSBI akan terlibat dalam implementasi perubahan tata ruang dan etalase yang direncanakan. Mereka akan bekerja sama dengan dosen IBI Kosgoro 1957 dan timnya dalam melaksanakan perubahan yang diperlukan, seperti mengatur ulang produk, menyesuaikan pencahayaan, dan mengatur kembali tata ruang. Melalui pengalaman nyata ini, anggota KSBI akan memperoleh pemahaman praktis tentang bagaimana mengimplementasikan perubahan desain dalam lingkungan usaha mereka sendiri.

4. Bimbingan dan Saran:

Selama kegiatan ini, dosen IBI Kosgoro 1957 akan memberikan bimbingan dan saran kepada anggota KSBI dalam mengoptimalkan

tata ruang dan etalase mereka. Mereka akan memberikan umpan balik yang konstruktif dan membantu anggota KSBI dalam mengatasi tantangan atau masalah yang mungkin muncul selama proses perancangan dan implementasi. Dengan adanya bimbingan ini, anggota KSBI akan dapat mengembangkan keterampilan dan kepercayaan diri mereka dalam mengelola tata ruang dan etalase di masa depan.

Dengan keterlibatan aktif dalam kegiatan ini dan mendapatkan pengetahuan, keterampilan, dan bimbingan yang relevan, anggota KSBI akan diberdayakan untuk mengelola tata ruang dan etalase mereka sendiri di masa depan. Mereka akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang desain yang efektif, strategi pemasaran, dan pengaturan ruang yang dapat mereka terapkan untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan pertumbuhan UMKM mereka.

Identifikasi Permasalahan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, yang didapatkan oleh tim pengabdian pada sesi observasi, antara lain adalah:

1. Tata ruang yang kurang efektif:

Perkumpulan UMKM KSBI di Jakarta Selatan menghadapi masalah dengan tata ruang yang kurang efektif dalam menarik perhatian konsumen. Penataan produk yang tidak optimal, pengaturan ruang yang tidak efisien, dan kurangnya pencahayaan yang tepat dapat menghambat potensi penjualan.

2. Etalase yang kurang menarik:

Etalase yang tidak menarik dan kurang efektif dalam memamerkan produk UMKM dapat mempengaruhi daya tarik konsumen. Penempatan produk yang tidak strategis, visual merchandising yang kurang menarik, dan kurangnya informasi yang jelas pada etalase dapat menjadi masalah yang perlu diatasi.

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk optimalisasi tata ruang dan etalase guna meningkatkan daya tarik konsumen di Perkumpulan UMKM Komunitas Sukses Berjamaah Indonesia (KSBI) di Jakarta Selatan.

METODE PELAKSANAAN

Konsep model pemecahan masalah yang diterapkan dalam kegiatan ini mencakup beberapa langkah penting:

1. Identifikasi masalah (Akhmad, 2015; Laksono & Gultom, 2022): Langkah pertama adalah mengidentifikasi masalah yang ada dalam tata ruang dan etalase di KSBI. Masalah tersebut dapat meliputi penataan produk yang tidak optimal, pengaturan ruang yang kurang efisien, atau etalase yang

kurang menarik. Dengan mengidentifikasi masalah dengan jelas, langkah selanjutnya dapat diambil untuk mencari solusi yang tepat.

2. Analisis penyebab masalah (Rifai et al., 2021): Adapun jumlah peserta berjumlah 10 (orang). Setelah masalah diidentifikasi, langkah berikutnya adalah menganalisis penyebab-penyebab masalah tersebut. Apakah kurangnya pengetahuan tentang desain yang efektif, kekurangan sumber daya, atau kurangnya pemahaman tentang preferensi konsumen. Dalam tahap ini, dosen IBI Kosgoro 1957 dan tim akan melakukan analisis menyeluruh untuk memahami faktor-faktor yang berkontribusi pada masalah yang ada.
3. Pengembangan solusi (Bakhri & Futiah, 2020; Laksono & Gultom, 2022): Setelah memahami penyebab masalah, langkah selanjutnya adalah mengembangkan solusi yang tepat. Dalam hal ini, dosen IBI Kosgoro 1957 dan tim akan bekerja sama dengan anggota KSBI untuk merancang perubahan tata ruang dan etalase yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Solusi dapat mencakup penataan ulang produk, pengaturan ruang yang lebih efisien, perbaikan pencahayaan, dan visual merchandising yang menarik.
4. Implementasi perubahan (Saifuddin, 2018): Setelah solusi dirancang, langkah berikutnya adalah mengimplementasikan perubahan yang direkomendasikan. Dosen IBI Kosgoro 1957 dan tim akan memberikan bimbingan dan mendukung anggota KSBI dalam mengimplementasikan perubahan tersebut. Ini melibatkan penyesuaian produk, penataan ulang ruang, dan perubahan desain etalase sesuai dengan solusi yang telah direncanakan.
5. Evaluasi dan perbaikan: Setelah perubahan diimplementasikan, langkah terakhir adalah melakukan evaluasi untuk melihat efektivitas solusi yang telah diterapkan. Dosen IBI Kosgoro 1957 dan tim akan melihat apakah perubahan yang dilakukan telah mengatasi masalah awal dan meningkatkan daya tarik konsumen. Jika diperlukan, perbaikan lebih lanjut dapat dilakukan untuk memastikan hasil yang optimal.

Dengan menerapkan konsep model pemecahan masalah ini, kegiatan ini memungkinkan untuk mengidentifikasi masalah, menganalisis penyebabnya, mengembangkan solusi yang tepat, mengimplementasikan perubahan, dan melakukan evaluasi untuk mencapai perbaikan berkelanjutan dalam tata ruang dan etalase di KSBI.

Khalayak target sasaran utama dari kegiatan ini adalah anggota KSBI (Komunitas Sukses Berjamaah Indonesia) di Jakarta Selatan. KSBI adalah organisasi yang terdiri dari UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang telah bergabung dalam koperasi ini. Anggota KSBI memiliki usaha di berbagai sektor, seperti makanan dan minuman, fashion, kerajinan, dan lain sebagainya.

Dalam konteks kegiatan ini, KSBI menjadi khalayak target karena mereka adalah pihak yang akan langsung terlibat dan mendapatkan manfaat dari kegiatan tersebut. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu anggota KSBI dalam meningkatkan tata ruang dan etalase toko mereka agar lebih menarik dan efektif dalam menarik perhatian konsumen.

KSBI sebagai khalayak target memiliki kepentingan untuk mengoptimalkan tata ruang dan etalase mereka guna meningkatkan penjualan dan daya saing bisnis mereka. Dengan penataan yang baik, produk yang menarik, dan visual merchandising yang efektif, anggota KSBI dapat menarik lebih banyak konsumen potensial, meningkatkan peluang penjualan, dan memperkuat citra bisnis mereka.

Melalui kegiatan ini, dosen IBI Kosgoro 1957 dan tim akan memberikan bimbingan, saran, dan solusi kepada anggota KSBI untuk memperbaiki dan mengoptimalkan tata ruang dan etalase mereka. Dengan demikian, khalayak sasaran utama dari kegiatan ini adalah anggota KSBI yang ingin memperbaiki dan meningkatkan presentasi visual toko mereka guna mencapai kesuksesan bisnis yang lebih baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Materi Penyuluhan:

a. Layout

Pengertian layout adalah suatu penentuan tata letak desain pada elemen tertentu sehingga menghasilkan visual yang menarik. (Ayu Rifka Sitoresmi, 2021). Secara sederhana pengertian layout adalah desain tata letak. Sedangkan menurut tokoh desain, Suriyanto Rustan (dalam bukunya berjudul *Layout, Dasar & Penerapannya*, 2009) pengertian layout adalah tata letak dari elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibuat. Tujuan utama dari layout adalah untuk menyajikan elemen gambar dan teks dengan cara yang sederhana, menarik, mudah dibaca, dan membuatnya lebih mudah bagi pembaca untuk menerima informasi yang disajikan.



Gambar 1. Salah satu toko anggota KSBI

1. Tata Letak Produk:

Produk-produk di dalam etalase disusun secara rapi dan terorganisir, dengan produk-produk yang lebih kecil dan sering dibeli seperti sabun, pasta gigi, dan peralatan sekolah ditempatkan di bagian depan yang mudah diakses. Ini merupakan contoh dari tata letak produk yang baik, di mana produk yang sering dicari diletakkan di tempat yang mudah dilihat oleh konsumen.

2. Penggunaan Ruang yang Efektif:

Toko ini memanfaatkan ruang yang tersedia dengan baik. Rak-rak di belakang dan di samping penuh dengan produk yang tersusun rapi, memaksimalkan penggunaan ruang vertikal dan horizontal. Hal ini menunjukkan upaya untuk memanfaatkan setiap inci ruang untuk menampilkan sebanyak mungkin produk tanpa membuat toko terasa sempit atau berantakan.

3. Penggunaan Etalase:

Etalase kaca di bagian depan toko digunakan untuk menampilkan produk-produk kecil seperti makanan ringan dan barang-barang kebutuhan sehari-hari. Penggunaan etalase ini tidak hanya membantu melindungi produk dari debu dan kotoran, tetapi juga memungkinkan konsumen melihat langsung produk yang ditawarkan tanpa harus membuka kemasan, yang dapat menarik perhatian mereka dan memudahkan dalam pengambilan keputusan.

4. Aksesibilitas Produk:

Produk-produk ditempatkan pada ketinggian yang berbeda, dengan barang-barang yang lebih sering dibeli ditempatkan pada ketinggian mata atau sedikit lebih rendah, sehingga mudah diakses oleh konsumen. Penempatan ini memperlihatkan perhatian pada aksesibilitas, di mana produk yang lebih laris diletakkan di tempat yang mudah dijangkau oleh pelanggan.

5. **Potensi Peningkatan:**

Meskipun tata ruang dan etalase toko ini sudah cukup rapi, masih ada ruang untuk peningkatan. Misalnya, toko bisa mempertimbangkan penggunaan pencahayaan yang lebih baik untuk menonjolkan produk tertentu atau menggunakan label harga yang lebih jelas untuk membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

Secara keseluruhan, gambar ini menggambarkan sebuah toko yang telah menerapkan prinsip-prinsip dasar tata ruang dan etalase dengan baik, namun tetap memiliki potensi untuk dioptimalkan lebih lanjut agar lebih menarik bagi konsumen dan meningkatkan penjualan.



Gambar 2. Salah satu warung anggota KSBI

1. **Tata Letak Makanan:**

Makanan disusun rapi dalam etalase kaca yang melindungi dari debu dan kotoran sambil tetap memberikan visibilitas penuh kepada konsumen. Penataan ini memudahkan konsumen untuk melihat pilihan makanan yang tersedia, yang merupakan prinsip penting dalam meningkatkan daya tarik visual dan membantu dalam pengambilan keputusan.

2. **Penggunaan Etalase yang Efektif:**

Etalase kaca yang digunakan memberikan tampilan yang bersih dan profesional. Ini menunjukkan bahwa pemilik usaha memperhatikan kebersihan dan penampilan, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas makanan yang dijual. Penggunaan etalase juga memungkinkan makanan tetap terlihat segar, yang dapat meningkatkan daya tarik bagi pelanggan.

3. **Interaksi dengan Konsumen:**

Gambar menunjukkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli di depan etalase. Interaksi ini penting karena memungkinkan penjual untuk memberikan rekomendasi atau menjawab pertanyaan konsumen dengan cepat, yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong pembelian.

4. **Penempatan Produk:**

Makanan ditempatkan dalam wadah yang rapi dan mudah dijangkau oleh penjual, yang memungkinkan layanan cepat dan efisien. Penempatan makanan yang terorganisir juga membantu konsumen untuk dengan mudah memilih apa yang mereka inginkan, meningkatkan kenyamanan mereka saat berbelanja.

5. **Potensi Peningkatan:**

Untuk meningkatkan daya tarik, warung makan ini dapat mempertimbangkan penggunaan label makanan yang jelas atau penggunaan warna dan dekorasi yang lebih menarik di sekitar etalase. Pencahayaan tambahan yang menyoroti makanan juga dapat digunakan untuk membuat makanan terlihat lebih menggugah selera.

Secara keseluruhan, gambar ini menggambarkan sebuah warung makan yang telah menerapkan prinsip dasar dalam penataan ruang dan etalase. Namun, ada ruang untuk peningkatan lebih lanjut agar dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan meningkatkan penjualan, seperti penggunaan elemen visual yang lebih menonjol dan pencahayaan yang lebih efektif.

b. Tata Ruang dan Etalase dalam Operasional Usaha

Tata ruang dan etalase merupakan elemen penting dalam operasional usaha, khususnya dalam industri ritel dan kuliner, di mana visualisasi produk dan kenyamanan pengunjung dapat sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Melalui penyuluhan ini, terbukti bahwa dengan penataan yang lebih baik, UMKM dapat meningkatkan daya tarik visual dari produk yang ditawarkan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan.

1. **Signifikansi Tata Ruang dan Etalase.**

Dalam pembahasan, ditegaskan bahwa tata ruang yang baik mampu menciptakan aliran pengunjung yang lebih lancar dan nyaman, serta meningkatkan waktu kunjungan konsumen di dalam toko atau tempat usaha. Dengan penempatan produk yang strategis dan penyusunan etalase yang menarik, konsumen lebih cenderung tertarik untuk membeli produk yang ditampilkan.

2. **Penerapan Prinsip-prinsip Desain.**

Pembahasan juga menyentuh penerapan prinsip-prinsip desain dalam tata ruang dan etalase, seperti keseimbangan, keselarasan, kontras, dan ritme. Peserta diajarkan bagaimana prinsip-prinsip ini dapat diterapkan untuk

menciptakan tampilan yang estetis dan fungsional, yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga mempermudah akses bagi konsumen.

3. **Tantangan dan Solusi.**

Peserta menghadapi tantangan dalam hal keterbatasan ruang dan sumber daya. Namun, melalui diskusi dan brainstorming selama penyuluhan, ditemukan berbagai solusi kreatif, seperti penggunaan cermin untuk memperluas tampilan ruang, pencahayaan yang efektif untuk menyoroti produk, dan pemilihan warna yang dapat meningkatkan mood dan suasana toko.

4. **Dampak Positif terhadap Bisnis.**

Berdasarkan umpan balik dari peserta, beberapa UMKM langsung melihat peningkatan dalam jumlah pengunjung dan penjualan setelah menerapkan beberapa saran yang diberikan selama penyuluhan. Ini menunjukkan dampak positif dari optimalisasi tata ruang dan etalase terhadap keberhasilan bisnis.

Evaluasi

Hasil Pre-Test:

1. Mayoritas peserta (7 dari 10) sudah pernah mengikuti kegiatan PKM sebelumnya, menunjukkan mereka memiliki pengalaman dan ekspektasi terhadap kegiatan ini.
2. Harapan peserta adalah memperoleh informasi dan pengetahuan baru terkait tata ruang dan etalase yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Hal ini sesuai dengan tujuan kegiatan PKM.
3. Tingkat familiaritas peserta dengan topik yang akan dibahas cukup baik, dengan rata-rata skor 3,4 dari skala 1-5. Ini mengindikasikan peserta memiliki dasar pengetahuan yang memadai untuk mengikuti kegiatan.

Hasil Post-Test:

1. Materi yang disampaikan dinilai sangat jelas oleh peserta, dengan rata-rata skor 4,2 dari skala 1-5. Hal ini menunjukkan pemateri mampu menyampaikan materi dengan baik.
2. Peserta menganggap materi yang disampaikan sangat bermanfaat, dengan rata-rata skor 4,6 dari skala 1-5. Ini mengindikasikan kesesuaian materi dengan kebutuhan dan harapan peserta.
3. Semua peserta (100%) menganggap metode pelaksanaan kegiatan (presentasi, diskusi, dll.) sudah efektif.

4. Sebagian besar peserta (9 dari 10) menganggap durasi kegiatan sudah sesuai, sementara 1 orang menganggap terlalu singkat. Hal ini menunjukkan kesesuaian alokasi waktu.
5. Seluruh peserta (100%) menganggap handout/materi yang diberikan mudah dipahami.
6. Secara keseluruhan, peserta merasa sangat puas dengan kegiatan PKM ini, dengan rata-rata skor kepuasan 4,8 dari skala 1-5.
7. Beberapa peserta menginginkan informasi tambahan mengenai contoh-contoh tata ruang dan etalase yang efektif untuk meningkatkan daya tarik konsumen.



Gambar 3. Kegiatan Evaluasi

Analisis dan Interpretasi:

1. Tingginya persentase peserta yang sudah pernah mengikuti kegiatan PKM sebelumnya menunjukkan antusiasme dan minat yang tinggi dari komunitas UMKM terkait.
2. Harapan peserta yang sesuai dengan tujuan kegiatan PKM mengindikasikan bahwa kebutuhan dan ekspektasi target audien telah terpenuhi.
3. Familiaritas peserta yang cukup baik dengan topik yang akan dibahas memudahkan pemateri dalam menyampaikan materi secara efektif.
4. Penilaian yang sangat positif terhadap kejelasan, kebermanfaatan materi, metode pelaksanaan, durasi, serta handout/materi menunjukkan keberhasilan penyelenggaraan kegiatan PKM.

5. Tingkat kepuasan peserta yang sangat tinggi mencerminkan keberhasilan kegiatan PKM dalam memenuhi harapan dan kebutuhan peserta.
6. Permintaan peserta untuk informasi tambahan terkait contoh-contoh tata ruang dan etalase yang efektif mengindikasikan adanya ruang untuk pengembangan materi di masa mendatang.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu optimalisasi tata ruang dan etalase untuk meningkatkan daya tarik konsumen di Perkumpulan UMKM Komunitas Sukses Berjamaah Indonesia (KSBI) di Jakarta Selatan. Melalui penyuluhan dan bimbingan yang diberikan oleh dosen IBI Kosgoro 1957, anggota KSBI memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya penataan ruang dan etalase yang efektif dalam menarik perhatian konsumen. Analisis dan perancangan ulang tata ruang serta etalase yang dilakukan secara kolaboratif telah menghasilkan peningkatan yang signifikan dalam tampilan dan fungsi ruang bisnis UMKM, sehingga mampu meningkatkan visibilitas produk dan mendorong pertumbuhan penjualan.

Selain itu, kegiatan ini juga berhasil memberikan manfaat jangka panjang berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota KSBI dalam mengelola tata ruang dan etalase mereka. Dengan mengaplikasikan prinsip-prinsip desain yang dipelajari, anggota KSBI dapat terus mengembangkan bisnis mereka secara mandiri dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1).
- Bakhri, S., & Futiah, V. (2020). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 2(2). <https://doi.org/10.32493/jls.v2i2.p59-70>
- Chrismardani, Y. (2014). KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU : IMPLEMENTASI UNTUK UMKM. *Neo-Bis*, 8(2). <https://doi.org/10.21107/NBS.V8I2.472>
- Faridatuz, Z. (2018). The Influence of Marketing Knowledge, Market Orientation and Marketing Capabilities Towards Marketing Performance in UMKM.

Forum Manajemen Indonesia Ke-10 Palembang.

- Jang, J. Y., Baek, E., Yoon, S.-Y., & Choo, H. J. (2018). Store design: Visual complexity and consumer responses. *International Journal of Design*, 12(2), 105–118.
- Krasonikolakis, I., Vrechopoulos, A., Pouloudi, A., & Dimitriadis, S. (2018). Store layout effects on consumer behavior in 3D online stores. *European Journal of Marketing*, 52(5/6), 1223–1256.
- Laksono, R., & Gultom, J. R. (2022). Penggunaan Digital Marketing Dan Poin of Sales (Pos) System Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Pada Umkm Warung Tegal Kharisma Bahari Di Jakarta. *Mediastima*, 28(1), 1–10. <https://doi.org/10.55122/mediastima.v28i1.383>
- Nurdin, H., Rambey, T., & Andriyanty, R. (2020). Analisis Karakteristik, Adaptasi Bisnis Dan Kompetensi Manajemen Terhadap Pengembangan Kewirausahaan Pelaku Umkm Di Kampung Budaya Betawisetu Babakan Jakarta Selatan. *Mediastima*, 26(2), 254–272.
- Pambagus, F. A. P. (2024). Kajian Penataan Ruang dan Display Produk Kerajinan Batik pada Galeri Batik Dinar Hadi Surabaya. *Journal of Education Research*, 5(2), 2035–2043.
- Pramayoga, P. M. N. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Malang (Studi Kasus In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. core.ac.uk.
- Rifai, Z., Faqih, H., & Dwi, M. (2021). Metode SOSTAC Untuk Penyusunan Strategy Digital Marketing pada UMKM Dalam Menghadapi Pandemi dan Pasca Pandemi. *Jurnal Sains Manajemen*, 9(1), 1–13.
- Saifuddin, S. (2018). *Al-Quran, Spirit Perubahan dan Revolusi Mental (Prinsip Prinsip mengubah mindset dalam bingkai Kitab Suci)*. idr.uin-antasari.ac.id.
- Sitinah, S., & Sofiwati, S. (2021). Strategi Komunikasi Bisnis Quadro Helix Dalam Digitalisasi Umkm Jabodetabek. *Komunikata57*, 2(1).
- Subekti, R., Syah, S., Rifiyanti, H., Permana, D. S., & Hidayat, S. (2023). Optimizing Digital Marketing at IWAPI (Indonesian Women Entrepreneurs Association) DPC Depok. *Indonesian Journal of Advanced Social Works*, 2(4), 209–216. <https://doi.org/10.55927/darma.v2i4.5903>
- Sugianto, V. A., Mahardika, W. K., & Wijayanti, Y. (2023). Strategi Pemasaran Digital pada Ayam Panggang Sunmor menggunakan Model SOSTAC. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 197–207.

<https://doi.org/10.24002/konstelasi.v3i1.7219>

Suryani, S. (2021). Analisis Layout Produk Dengan Metode Market Basket Analysis (MBA) Pada Swalayan CG Mart-Pasir Putih Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1).