

PENDAMPINGAN TERPADU DALAM PENYELENGGARAAN PAMERAN PRODUK WARGA BINAAN FORUM PKBM KABUPATEN KARANGANYAR SEBAGAI STRATEGI PENGUATAN LITERASI EKONOMI

Bakti Sri Rahayu¹, Canggih Ajika Pamungkas²

¹Politeknik Indonusa, Surakarta

*Email corresponding author: baktirahayu17@gmail.com

Abstrak: Penguatan literasi ekonomi masyarakat menjadi salah satu kunci dalam mendorong kemandirian dan keinginan usaha mikro berbasis komunitas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengimplementasikan model pendampingan terpadu dalam penyelenggaraan pameran produk sebagai strategi peningkatan literasi ekonomi warga binaan PKBM Kabupaten Karanganyar. Permasalahan utama mitra terletak pada rendahnya pemahaman terhadap aspek hilir kegiatan ekonomi, meliputi penentuan harga, pengemasan produk, strategi promosi, serta minimalnya pemanfaatan pameran sebagai media pembelajaran ekonomi. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif berbasis experiential learning yang dilaksanakan melalui tahapan sosialisasi, pelatihan literasi ekonomi, pendampingan pra-pameran, praktik langsung dalam pameran, serta evaluasi reflektif pasca kegiatan. Hasil menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada aspek kognitif (pemahaman konsep ekonomi), afektif (kepercayaan diri dan motivasi berwirausaha), serta psikomotorik (keterampilan pemasaran dan komunikasi bisnis). Selain itu, terjadi transformasi fungsi pameran dari sekedar kegiatan promosi menjadi media pembelajaran ekonomi yang kontekstual dan aplikatif. Kegiatan ini juga memperkuat peran PKBM sebagai pusat pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis pendidikan nonformal. Dengan demikian, model pendampingan terpadu yang dikembangkan memiliki relevansi dan potensi replikasi dalam konteks penguatan literasi ekonomi secara masyarakat berkelanjutan.

Kata Kunci: Literasi ekonomi, PKBM, pendampingan terpadu, pameran produk, pemberdayaan masyarakat

Abstract: Strengthening community economic literacy is one of the keys to encouraging independence and the desire for community-based micro-enterprises. This community service activity aims to implement an integrated mentoring model in organizing product exhibitions as a strategy to improve the economic literacy of residents assisted by the Community Empowerment Center (PKBM) in Karanganyar Regency. The main problem for partners lies in the lack of understanding of downstream aspects of economic activities, including pricing, product packaging, promotional strategies, and the minimal use of exhibitions as a medium for economic learning. The method used is a participatory approach based on experiential learning implemented through stages of socialization, economic literacy training, pre-exhibition mentoring, direct practice at the exhibition, and post-activity reflective evaluation. The results show a significant increase in cognitive aspects (understanding of economic concepts), affective (self-confidence and motivation to become entrepreneurs), and psychomotor (marketing and business communication skills). In addition, there has been a transformation of the function of exhibitions from mere promotional activities to contextual and applicable economic learning media. This activity also strengthens the role of PKBM as a center for community economic empowerment based on non-formal education. Thus, the integrated mentoring model developed has relevance and potential for replication in the context of strengthening economic literacy in a sustainable society.

Keywords: Economic Literacy, PKBM, Integrated Mentoring, Product Exhibition, Community Empowerment

Pendahuluan

Pembangunan sumber daya manusia dalam konteks ekonomi berbasis pengetahuan menuntut tidak hanya peningkatan akses pendidikan, tetapi juga penguatan kapasitas individu dalam memahami dan mengelola aktivitas ekonomi secara rasional dan adaptif. Dalam hal ini, literasi ekonomi menjadi kompetensi fundamental yang berperan dalam membentuk perilaku ekonomi

masyarakat yang produktif, mandiri, dan berkelanjutan (OECD, 2019). Literasi ekonomi tidak hanya mencakup pemahaman konsep dasar ekonomi, tetapi juga kemampuan praktis dalam mengelola usaha, menentukan harga, memahami pasar, serta mengembangkan strategi pemasaran yang efektif (Lusardi, 2019). Dalam konteks pendidikan nonformal, Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) memiliki peran strategis sebagai lembaga pemberdayaan berbasis masyarakat pengembangan keterampilan hidup (*life skill*). PKBM ruang menjadi pembelajaran alternatif bagi masyarakat yang tidak terjangkau pendidikan formal, sekaligus menjadi sarana penguatan kapasitas ekonomi melalui program kewirausahaan (Sudjana, 2010). Namun demikian, berdasarkan hasil observasi lapangan di PKBM Kabupaten Karanganyar, ditemukan bahwa sebagian besar masyarakat binaan telah memiliki kemampuan dalam memproduksi barang, khususnya produk olahan pangan dan kerajinan, namun belum diikuti dengan kemampuan mengelola dalam aspek hilir kegiatan ekonomi.

Permasalahan utama yang dihadapi meliputi rendahnya pemahaman dalam penentuan harga berdasarkan biaya dan nilai tambah, keterbatasan dalam pengemasan produk yang menarik, lemahnya strategi promosi, serta rendahnya kepercayaan diri dalam berinteraksi langsung dengan konsumen. Selain itu, kegiatan pameran produk yang selama ini dilakukan belum dimanfaatkan secara optimal sebagai media pembelajaran ekonomi, melainkan masih bersifat seremonial dan terfokus pada tampilan produk semata. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kemampuan produksi dan kemampuan pemasaran, yang berdampak pada rendahnya daya saing produk serta belum optimalnya peningkatan pendapatan warga binaan. Secara konseptual, pameran produk memiliki potensi sebagai media pembelajaran ekonomi berbasis pengalaman (*experiential learning*), di mana individu dapat belajar melalui interaksi langsung dengan pasar dan konsumen (Kolb, 2015).

Melalui pameran, pelaku usaha dapat memahami preferensi konsumen, menguji strategi pemasaran, serta mengembangkan keterampilan komunikasi bisnis. Namun berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan pameran sebagai media pembelajaran ekonomi masih terbatas dan belum didukung oleh sistem pendampingan yang terstruktur (Kotler & Keller, 2016). Beberapa penelitian terdahulu menegaskan bahwa penguatan literasi ekonomi masyarakat dapat dilakukan melalui pelatihan kewirausahaan, pendampingan usaha mikro, serta pengembangan kapasitas pemasaran berbasis komunitas (Suryani, 2017; Kementerian Koperasi dan UKM, 2021). Namun demikian, sebagian besar pendekatan yang dilakukan masih bersifat parsial dan belum mengintegrasikan proses pembelajaran secara utuh mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi berbasis pengalaman nyata. Dengan kata lain, masih terdapat kesenjangan dalam model pemberdayaan yang mampu menghubungkan antara teori literasi ekonomi dan praktik langsung di lapangan sistematis dan berkelanjutan. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu pendekatan inovatif yang tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga menghadirkan pengalaman belajar ekonomi yang nyata dan kontekstual. Dalam hal ini, pendampingan terpadu dalam penyelenggaraan pameran produk menjadi alternatif solusi yang memiliki potensi untuk menjembatani kesenjangan tersebut. Pendampingan terpadu dimaknai sebagai proses pendampingan yang dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan, meliputi tahap pra-pameran,

pelaksanaan pameran, hingga pasca-pameran, sehingga setiap tahapan menjadi bagian dari proses pembelajaran ekonomi yang utuh. Kebaruan (kebaruan) dari kegiatan pengabdian ini terletak pada model integrasi pendampingan terpadu dengan pendekatan *experiential learning* dalam konteks penyelenggaraan pameran produk berbasis PKBM. Berbeda dengan pendekatan sebelumnya yang cenderung parsial, model ini menempatkan pameran sebagai laboratorium ekonomi sosial yang memungkinkan terjadinya proses belajar secara langsung, reflektif, dan berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang dan kajian literatur tersebut, tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk mengimplementasikan model pendampingan terpadu dalam penyelenggaraan pameran produk sebagai strategi penguatan literasi ekonomi warga binaan PKBM Kabupaten Karanganyar. Kegiatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan ekonomi warga binaan, tetapi juga membangun kepercayaan diri, memperkuat kapasitas kewirausahaan, serta mendorong peran PKBM sebagai pusat pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis pendidikan nonformal.

Metode

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang dipadukan dengan prinsip *experiential learning*. Pendekatan ini memungkinkan keterlibatan aktif masyarakat dalam memecahkan masalah secara kontekstual melalui pengalaman langsung, serta menghasilkan pembelajaran yang reflektif dan berkelanjutan (Chambers, 2017; Kolb, 2015).

Pelaksanaan kegiatan mengikuti siklus PAR yang meliputi perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi. Tahap perencanaan dilakukan melalui identifikasi kebutuhan literasi ekonomi warga binaan PKBM. Tahap tindakan diwujudkan dalam bentuk sosialisasi, pelatihan literasi ekonomi, serta pendampingan terpadu dalam tiga tahap, yaitu pra-pameran, saat pameran, dan pasca-pameran. Tahap observasi dilakukan selama kegiatan berlangsung, sedangkan refleksi digunakan untuk memutar hasil dan merencanakan perbaikan berkelanjutan.

Subjek kegiatan adalah ±25 warga binaan PKBM Kabupaten Karanganyar yang menjalankan usaha mikro berbasis rumah tangga. Data yang digunakan meliputi data kualitatif (observasi, wawancara, dan refleksi peserta) serta data kuantitatif sederhana (tingkat partisipasi, peningkatan pemahaman, dan hasil penjualan). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, diskusi kelompok, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Untuk memperkuat pengukuran efektivitas program, digunakan indikator yang diukur sebagai berikut:

Aspek kognitif diukur melalui peningkatan skor pemahaman literasi ekonomi sebelum dan sesudah kegiatan (*pre-test dan post-test*), dengan target peningkatan minimal $\geq 30\%$ dari skor awal. Aspek afektif diukur melalui skala sikap (Likert 1–5) terkait kepercayaan diri dan motivasi berwirausaha, dengan indikator keberhasilan apabila rata-rata skor mencapai ≥ 4 (kategori tinggi).

Aspek psikomotorik diukur melalui observasi keterampilan peserta dalam pengemasan, promosi, dan komunikasi bisnis menggunakan rubrik penilaian, dengan capaian minimal $\geq 75\%$ peserta berada pada kategori baik. Partisipasi peserta diukur dari tingkat kehadiran dan keterlibatan aktif, dengan target kehadiran minimal $\geq 80\%$ dari total peserta. Output ekonomi sederhana diukur melalui

jumlah produk terjual dan peningkatan nilai transaksi selama pameran, sebagai indikator awal keberhasilan praktik pemasaran.

ALUR KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Implementasi Pendampingan Terpadu dalam Penyelenggaraan Pameran Produk Warga Binaan PKBM Kabupaten Karanganyar



Bagan 1. Kerangka Pemecahan Masalah

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik warga binaan PKBM Kabupaten Karanganyar. Hasil ini diperoleh melalui pengukuran sebelum dan sesudah kegiatan, observasi selama pameran, serta refleksi partisipatif.

a. Peningkatan Aspek Kognitif

Peningkatan pemahaman literasi ekonomi diukur melalui pre-test dan post-test. Hasil menunjukkan tidak adanya peningkatan rata-rata skor peserta sebagaimana ditampilkan pada Tabel 1

Tabel 1. Peningkatan Pemahaman Literasi Ekonomi Peserta

Indikator	Tes Awal Rata-rata	Tes Pasca Rata-rata	Peningkatan (%)
Penentuan harga	55	78	41,8%
Strategi promosi	52	76	46,1%
Nilai tambah produk	58	80	37,9%
Rata-rata	55	78	41,9%

Data menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman rata-rata sebesar 41,9% , yang berarti telah melampaui indikator keberhasilan ($\geq 30\%$). Hal ini menunjukkan bahwa peserta mulai memahami aspek hilir kegiatan ekonomi secara lebih komprehensif. Menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman mampu menjembatani kesenjangan antara teori

dan praktik. Hal ini sejalan dengan teori experiential learning yang menyatakan bahwa pengetahuan akan lebih bermakna yang diperoleh melalui pengalaman langsung (Kolb, 2015). Dalam konteks ini, pameran produk berfungsi sebagai media belajar yang memungkinkan peserta memahami dinamika pasar secara nyata.



Gambar 1 kegiatan terkait aspek kognitif

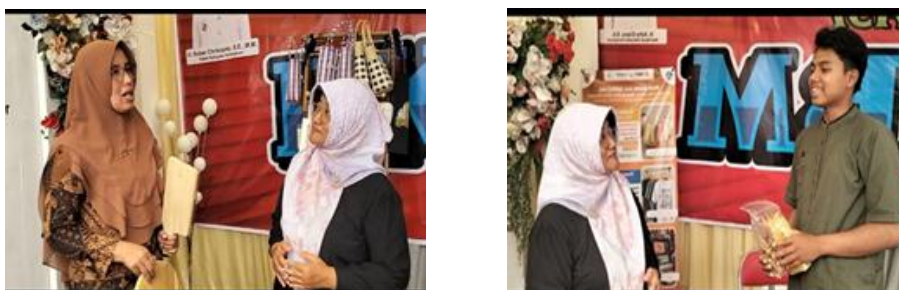
b. Peningkatan Aspek Psikomotorik

Kemampuan peserta didik diukur melalui observasi menggunakan rubrik penilaian selama kegiatan pameran.

Tabel 2. Hasil Penilaian Keterampilan Peserta

Kategori	Jumlah	Persentase
Baik	19	76%
Cukup	5	20%
Kurang	1	4%
Total	25	100%

Sebanyak 76% peserta berada pada kategori baik, yang menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah mampu menerapkan keterampilan praktis seperti pengemasan produk, penataan stan, dan komunikasi dengan konsumen. Mmenunjukkan bahwa pendampingan yang dilakukan secara terstruktur mampu meningkatkan keterampilan praktis peserta. Hal ini memperkuat temuan bahwa pembelajaran berbasis praktik lebih efektif dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan dibandingkan pendekatan konvensional.



Gambar 2. Kegiatan terkait aspek Psikomotorik

c. Peningkatan Aspek Afektif

Aspek afektif diukur melalui angket skala Likert terkait kepercayaan diri dan motivasi berwirausaha.

Tabel 3. Hasil Penilaian Aspek Afektif

Indikator	Skor Rata-rata
Kepercayaan diri	4.2
Motivasi berwirausaha	4.3
Rata-rata	4,25

Hasil menunjukkan skor rata-rata 4,25 (kategori tinggi) , yang mengindikasikan adanya peningkatan sikap positif terhadap aktivitas kewirausahaan. Dari sisi afektif, peningkatan kepercayaan diri dan motivasi berwirausaha menunjukkan adanya perubahan sikap dan pola pikir peserta. Peserta tidak lagi hanya berperan sebagai produsen, tetapi mulai memiliki orientasi pasar dan keberanian dalam berinteraksi dengan konsumen. Perubahan ini menjadi indikator penting dalam keberhasilan program pemberdayaan masyarakat



Gambar 3. Kegiatan terkait aspek Afektif

d. Output Ekonomi Kegiatan

Selama kegiatan pameran, peserta berhasil melakukan transaksi penjualan produk.

Tabel 4. Hasil Penjualan Produk

Indikator	Nilai
Jumlah produk terjual	185 unit
Total nilai transaksi	Rp 4.250.000

Data ini menunjukkan bahwa kegiatan pameran tidak hanya menjadi media pembelajaran, tetapi juga memberikan dampak ekonomi langsung bagi pesertanya. pameran transformasi fungsi dari sekedar kegiatan promosi menjadi media pembelajaran ekonomi menunjukkan keunggulan inovasi dalam pengabdian pengabdian. Pameran dalam kegiatan ini berperan sebagai:

1. media pembelajaran ekonomi kontekstual,
2. ruang interaksi langsung dengan pasar,
3. serta laboratorium kewirausahaan berbasis komunitas.

Temuan ini sekaligus menjawab kekeliruan yang telah diidentifikasi pada bagian pendahuluan, yaitu belum optimalnya pemanfaatan pameran sebagai media pembelajaran ekonomi. Pendampingan terpadu yang dilakukan pada tahap pra, saat, dan pasca pameran terbukti mampu

menciptakan siklus pembelajaran yang utuh dan berkelanjutan. Dari perspektif kelembagaan, kegiatan ini juga memperkuat peran PKBM sebagai pusat pemberdayaan ekonomi masyarakat. PKBM tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pendidikan nonformal, tetapi juga sebagai agen penguatan kapasitas ekonomi dan penghubung antara masyarakat dengan realitas pasar. Dengan demikian, hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa model pendampingan terpadu berbasis experiential learning tidak hanya mampu meningkatkan literasi ekonomi, tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap perubahan perilaku, pola pikir, dan kemandirian ekonomi warga binaan. Hal ini menegaskan bahwa tujuan pengabdian telah tercapai secara optimal



Gambar 5. Kegiatan pengabdian di Forum PKBM Kabupaten Karanganyar

Kesimpulan

Implementasi pendampingan terpadu dalam penyelenggaraan pameran produk terbukti efektif sebagai strategi penguatan literasi ekonomi warga binaan PKBM Kabupaten Karanganyar. Model ini mampu menghadirkan proses pembelajaran ekonomi yang utuh melalui integrasi antara pengetahuan, pengalaman, dan refleksi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta tidak hanya mengalami peningkatan pemahaman konsep ekonomi, tetapi juga mampu menginternalisasi sikap kewirausahaan serta menerapkan keterampilan praktis dalam konteks nyata. Pameran produk yang semula bersifat seremonial berhasil ditransformasikan menjadi ruang belajar kontekstual yang mempertemukan peserta dengan dinamika pasar secara langsung. Dengan demikian, pendampingan terpadu berbasis experiential learning menjadi pendekatan yang relevan dalam menjembatani kesetaraan antara kemampuan produksi masyarakat dan pemasaran, sekaligus memperkuat peran PKBM sebagai pusat pemberdayaan ekonomi berbasis pendidikan nonformal yang berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan program pengabdian ini. Secara khusus, terima kasih disampaikan kepada pengelola dan fasilitator PKBM Kabupaten Karanganyar yang telah memberikan akses, dukungan, serta kerja sama yang sangat baik selama proses kegiatan berlangsung. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada para warga binaan PKBM yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari pelatihan hingga

pelaksanaan pameran produk. Partisipasi dan antusiasme peserta menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini. Selain itu, penulis mengapresiasi dukungan dari institusi Politeknik Indonusa Surakarta yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Tidak lupa, terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga kegiatan ini dapat dilaksanakan dengan baik dan artikel ini dapat diselesaikan sesuai dengan harapan.

Referensi

- Chambers, R. (2017). Bisakah kita mengetahui yang lebih baik? Refleksi untuk pembangunan . Practical Action Publishing.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2021). Laporan Kementerian Kinerja Koperasi dan UKM 2021.
- Kolb, DA (2015). Pembelajaran pengalaman: Pengalaman sebagai sumber pembelajaran dan pengembangan (edisi ke-2). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, KL (2016). Manajemen pemasaran (edisi ke-15). Pearson Education.
- Lusardi, A. (2019). Literasi keuangan dan kebutuhan akan pendidikan keuangan: Bukti dan implikasinya. *Jurnal Ekonomi dan Statistik Swiss*, 155(1), 1–8. <https://doi.org/10.1186/s41937-019-0027-5>
- Organisasi untuk Kerja Sama Ekonomi dan Pembangunan (OECD). (2019). Perangkat OECD/INFE untuk mengukur literasi keuangan dan inklusi keuangan. Penerbitan OECD.
- Sudjana, D. (2010). Pendidikan nonformal: Wawasan, sejarah perkembangan, falsafah, teori pendukung, serta asas. Produksi Falah.
- Suryani, T. (2017). Manajemen pemasaran strategis bank di era global. Grup Prenadamedia.
- Wibowo, A., & Saptono, A. (2018). Apakah pendidikan kewirausahaan penting? Bukti dari Indonesia. *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan*, 21(2), 1–13.
- Yusuf, M., & Sari, D. (2020). Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan berbasis komunitas. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2), 45–52.