

Pendampingan Kelompok Wanita Program Keluarga Harapan (PKH) Craft “Wanita Mandiri” di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung

Zulfa Emalia^{1*}, Ida Budiarty², Arivina Ratih³

Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung^{1,2,3}

emalia.zulfa@gmail.com^{*}



Riwayat Artikel

Diterima pada 14 September 2021

Revisi 1 pada 14 Oktober 2021

Revisi 2 pada 19 Oktober 2021

Disetujui pada 27 Oktober 2021

Abstrak

Purpose: The purpose of this community service activity is to assist and foster Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Wanita Mandiri Craft which is a recipient of the Program Keluarga Harapan (PKH) assistance. This KUBE has a business of making flower crafts made from tapis. The most priority problem is that partners do not yet have the ability to prepare business feasibility studies. In addition, they do not yet have and built a partnership network by utilizing information technology including social media effectively to promote and market their products. The stages of the activities carried out consist of the preparation, implementation, mentoring and evaluation stages.

Method: The methods used are lecture and question and answer methods, demonstration methods, and non-formal discussion methods.

Result: The result was, during the training activity, the participants followed it with great attention and enthusiasm until all the material had been given by the presenter which was then followed by a question and answer activity.

Conclusion: All participants can take part in the entire training process from start to finish, besides that the target for delivering training materials is also achieved because the material can be delivered in its entirety and the enthusiasm of participants in participating in the training greatly supports this activity.

Keywords: *Business Feasibility, Flower Made from Tapis, KUBE*

How to Cite: Emalia, Z., Budiarty, I., Ratih, A. (2021). Pendampingan Kelompok Wanita Program Keluarga Harapan (PKH) Craft “Wanita Mandiri” di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung. *Jurnal Nusantara Mengabdi*, 1(1), 45-54.

1. Pendahuluan

Dalam era MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) ini, terdapat permasalahan mendasar yaitu mulai tergerusnya eksistensi produk lokal diakibatkan masuknya produk luar ke Indonesia. Agar produk lokal tetap eksis di pasar, perlu adanya penguatan industri dengan basis kearifan lokal (Ernawati, 2021). Pemahaman dalam penyusunan kebijakan yang tepat sasaran serta optimal oleh pemerintah, berperan penting untuk kemajuan kompetensi atau standar sumber daya yang dimiliki daerah. Penerapan prinsip, dari rakyat; oleh rakyat; untuk rakyat; mengharuskan pemerintah untuk memiliki visi serta strategi pembangunan yang matang. Salah satu prasyarat dalam perkembangan ekonomi masyarakat adalah sistem ekonomi yang demokratis.

Ekonomi rakyat adalah kegiatan ekonomi yang didasarkan oleh rakyat, yang secara swadaya melakukan pengelolaan sumber daya yang ada. Pengelolaan ini ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat (Agustina, 2020). Ekonomi rakyat muncul dari akibat adanya kesenjangan sosial ekonomi dalam masyarakat (Kartasasmita, 1995). Dalam pemberdayaan konsep ekonomi rakyat terdapat kendala-kendala yang bersifat eksternal yaitu iklim usaha yang kurang kondusif dan rendahnya kepedulian terhadap pembinaan usaha kecil (Dewanti, 2010), maka untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan antara lain: Pelatihan dan Pembinaan

Kewirausahaan yang bertujuan untuk menciptakan efisiensi, meningkatkan produktivitas, serta daya saing, masyarakat ([Soeharjoto, 2020](#)). Selain itu UMKM haruslah berpandangan modern, dimana dalam pemanfaatan sumber daya yang ada, harus berdasarkan IPTEK dan SDM yang bermutu. UMKM juga berperan untuk menyerap tenaga kerja dan menjadi mitra pemerintahan untuk mengelola sumber daya untuk memakmurkan rakyat ([Abidin & Dharma, 2017](#)). Dengan kata lain untuk mencapai keunggulan kompetitif, haruslah dibangun dengan melakukan peningkatan mutu SDM serta peningkatan kemampuan menguasai teknologi. Dikarenakan hal tersebut, pemberdayaan masyarakat serta kewirausahaan sangat dibutuhkan.

Pengusaha kecil banyak menghadapi permasalahan-permasalahan mendasar ([Sedyastuti, 2018](#)). Permasalahan mendasar yang kerap kali timbul terhadap pengusaha kecil antara lain; Pertama, lemahnya pengusaha kecil lemah dalam memperoleh pangsa pasar yang besar. Kedua, pengusaha kecil umumnya kesulitan dalam hal memperoleh permodalan. Ketiga, pengusaha kecil memiliki kelemahan dalam pengelolaan organisasi atau sumber daya manusia. Keempat, pengusaha kecil memiliki kelemahan dalam memperoleh jaringan usaha. Kelima, umumnya dalam persaingan sesama pengusaha kecil, iklim pasar kurang kondusif. Keenam, masih sedikitnya pembinaan yang dilakukan kepada pengusaha kecil, serta kurangnya kepercayaan terhadap pengusaha kecil. Pengusaha kecil juga dituntut untuk memiliki kemampuan *problem solving* agar dapat menganalisis masalah dan mencari solusi yang tepat, kemampuan ini sangatlah dibutuhkan dalam dunia usaha ([Ahmadi, 2021](#)) dan ([Perks, 2010](#)).

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) adalah salah satu program pemerintah yang ada pada Kementerian Sosial Republik Indonesia, yang bertujuan untuk memberdayakan kelompok masyarakat miskin dengan pemberian modal usaha melalui Program Bantuan Langsung Sosial (BLPS) untuk mengelola usaha ekonomi kecil ([Wulan et al., 2019](#)). Kelompok wanita Penerima program Keluarga Harapan (PKH), sebagian besar berprofesi sebagai ibu rumah tangga. PKH *Craft* Kecamatan Way Halim menggeluti pengolahan limbah bekas koran menjadi kerajinan tangan (*handycraft*). Pemilihan Koran bekas terkait dengan banyaknya limbah kertas yang dibuang serta sumber daya manusia anggota pengurus KUBE diantaranya telah berpengalaman di bidang itu. Kelompok wanita ini terdiri dari 10 (sepuluh) orang anggota yang pada awalnya belum mempunyai keterampilan membuat kerajinan bunga berbahan tapis. Pelatihan mandiri pembuatan bunga tapis sudah pernah dilakukan oleh kelompok wanita ini, bahkan Pemerintah Daerah Provinsi Lampung baru saja mengadakan Bimbingan Teknis (BIMTEK) pengembangan industri kerajinan bunga berbahan tapi. Pemerintah Daerah menyadari bahwa tapis merupakan ikon kerajinan lokal, yang mana agar dapat diwariskan kepada generasi yang akan datang, harus dilestarikan. Dahulu, kerajinan tapis hanya terbatas pada pembuatan kain untuk keperluan adat, seiring dengan perkembangan zaman kerajinan tapis mulai berkembang dengan inovasi-inovasi baru yang menarik minat masyarakat.

Terdapat beberapa permasalahan mitra yang menjadi usulan dalam kegiatan ini, yang didasarkan pada analisis situasi. Antara lain :

- Masalah yang paling utama dan paling mendasar adalah, masih kurangnya kemampuan serta pengetahuan mitra dalam penyusunan Laporan Studi Kelayakan Usaha. Padahal penyusunan laporan ini sangat penting untuk meminimalisir atau bahkan menghilangkan resiko kerugian dengan melihat kelayakan dari suatu usaha. Selain itu tahap perencanaan, pengawasan, serta pengendalian usaha akan lebih mudah dengan adanya Laporan Studi Kelayakan Usaha. (*Hasil Wawancara dan Diskusi dengan Mitra*).

Penyusunan studi kelayakan suatu usaha dapat dilakukan sebelum usaha dimulai atau sesudah usaha berjalan. Penyusunan studi kelayakan usaha masih jarang dilakukan karena terbatasnya modal, sedangkan biaya yang diperlukan untuk menyusun sebuah laporan studi kelayakan itu sendiri cukup besar. Dan juga, masyarakat belum begitu mengetahui apa manfaat dari adanya laporan studi kelayakan ini. Pengajuan dana kredit ke bank, yang mana masyarakat pedesaan masih takut untuk mengajukan ([Ekonomi & Pedesaan, 2014](#)), anggapan umum yang dimiliki tipe pengusaha. Terdapat beberapa faktor atau aspek yang menjadi faktor penting dalam penentuan kelayakan atas suatu usaha antara lain; teknis produksi, pasar dan pemasaran, hukum, sosial

ekonomi, manajemen, keuangan dan lingkungan. Dari aspek-aspek diatas, harus didapat hasil kelayakan secara menyeluruh.

- Selain itu, permasalahan lain yang muncul yaitu mitra belum memiliki dan membangun jaringan dagang dengan memanfaatkan teknologi atau sosial media dengan optimal untuk mempromosikan dan memasarkan produknya. Dengan memanfaatkan teknologi media sosial, pedagang dapat berinteraksi secara langsung dengan pasar atau konsumen. Serta para pengusaha akan lebih mudah dalam membangun merk atau brand sehingga dapat mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar lagi.

2. Metode

Secara umum pengabdian ini dilaksanakan dengan menggunakan dua kegiatan atau metode yaitu yang pertama adalah pelatihan dasar dan pendampingan. Pelatihan serta pendampingan akan menjadi kegiatan awal dari pengabdian ini. Tujuannya adalah yaitu untuk mengetahui determinan atau faktor apa saja yang menjadi perhitungan dan berpengaruh dalam pembuatan laporan keuangan, di mana yang menjadi tujuan utama adalah mengetahui apa saja variabel dalam pelaporan keuangan. Dari faktor atau variabel yang didapat, digunakan sebagai dasar pada proses pelatihan yang dilaksanakan. Kemudian tahap berikutnya yang tak kalah penting adalah membuat laporan kelayakan usaha. Tahap ini untuk melihat seberapa besar perubahan serta pemahaman yang didapat dari pelatihan terhadap mitra. Manfaat yang akan dihasilkan mitra dari kegiatan ini yaitu dapat mengetahui variabel apa saja yang digunakan dalam pembuatan sebuah laporan, dengan harapan masyarakat dapat mengetahui perbedaan antara laporan kelayakan usaha dengan sebuah laporan keuangan.

Tahapan Kegiatan

Terdapat beberapa tahapan dalam kegiatan pengabdian ini antara lain;

1. Tahap Persiapan
Tahapan awal ini dilakukan dengan mengumpulkan bahan-bahan untuk pendukung pelatihan yaitu terkait variabel-variabel yang digunakan dalam penyusunan oleh mitra. Dari hasil yang didapat lalu akan dibentuk menjadi sebuah informasi, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan laporan.
2. Tahap Pelaksanaan
Pada kegiatan ini, dilaksanakan pelatihan kepada masyarakat bagaimana tahap atau cara yang baik dan benar dalam menyusun laporan keuangan. Pada kegiatan ini dilakukan pula pelatihan untuk membuat laporan kelayakan usaha, dan hasilnya nanti dapat memberikan informasi yang berguna untuk mengetahui kelayakan usaha. Selain itu, mitra juga akan dilatih dalam melakukan pemasaran secara *online*.
3. Tahap Pendampingan
Kegiatan pendampingan akan berlangsung setelah pembuatan laporan keuangan dan laporan kelayakan usaha selesai. Pada tahap ini kemudian dievaluasi dan dikoreksi laporan yang telah dibuat oleh mitra, apakah sudah sesuai atau belum. Pendampingan akan dilanjutkan apabila laporan yang dihasilkan masih belum baik dan benar. Pendampingan terkait pemasaran juga akan dilakukan dan dipastikan Mitra dapat menguasai tentang pemasaran produk.
4. Tahap Evaluasi,
Tahap evaluasi sebagai tahap akhir, yang dilakukan ketika seluruh tahapan yang telah selesai dilakukan, tujuan dari tahapan ini adalah terpenuhinya kompetensi yang dimiliki oleh mitra sesuai dengan tujuan dari program pengabdian ini.

Metode Kegiatan

- a. Metode Ceramah dan Tanya jawab
Metode ceramah dan tanya jawab akan digunakan untuk menyampaikan materi dasar atau materi lanjutan secara lisan mengenai tujuan, sasaran dan target pencapaian kegiatan serta motivasi untuk pencapaian tujuan.

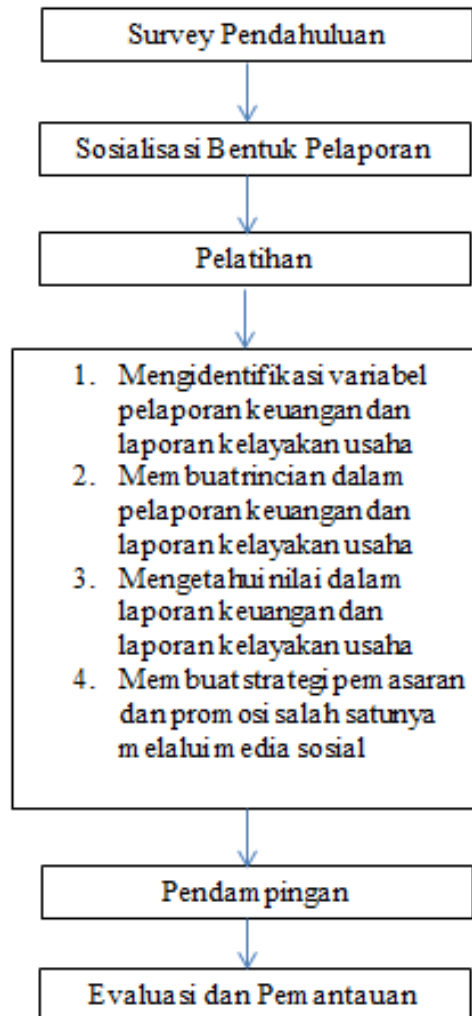
b. Metode Demonstrasi

Metode ini akan digunakan untuk menunjukkan bagaimana tahapan kerja dalam melakukan langkah- langkah pembuatan laporan kelayakan usaha. Dengan metode ini, peserta didik diharapkan dapat lebih memahami materi yang disampaikan

c. Metode diskusi non formal

Diskusi non formal akan dilaksanakan setelah materi selesai disampaikan, untuk melaksanakan diskusi mengenai materi yang belum jelas atau menjawab bentuk-bentuk pertanyaan lanjutan.

Prosedur kerja untuk mendukung realisasi metode yang ditawarkan



Gambar 1. Prosedur Tahapan Kerja

3. Hasil dan pembahasan

Kegiatan Pendampingan KUBE Wanita Mandiri telah dilaksanakan pada 25 Juli 2020. Dosen jurusan Ekonomi Pembangunan yang menjadi anggota atau tim pelaksana antara lain yaitu Zulfa Emalia, S.E., M.Sc, Dr. Ida Budiarty, S.E., M.Si dan Dr. Arivina Ratih, S.E., M.M. Peserta kegiatan atau pendampingan terdiri atas 12 anggota KUBE Wanita Mandiri. Pendampingan yang dilakukan secara umum berlangsung dengan lancar dan juga sesuai dengan agenda yang dirancang, materi yang secara keseluruhan, dalam kegiatan pelatihan peserta pelatihan terlihat aktif dalam diskusi dengan pemateri pelatihan. Semua tahapan pelaksanaan kegiatan diperoleh berdasarkan kesepakatan bersama dengan anggota KUBE berdasarkan jadwal yang telah disepakati bersama. Kegiatan berlangsung pada pukul 14.00 siang dan kemudian dilanjutkan minggu depannya pada tanggal 1 Agustus 2020.

Secara garis besar, terdapat beberapa komponen yang telah dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian ini, antara lain:

1. Keberhasilan target jumlah peserta pelatihan
2. Ketercapaian tujuan pelatihan
3. Ketercapaian target materi yang telah direncanakan
4. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi

Pada saat pelaksanaan, kenyataannya kegiatan ini diikuti oleh 12 orang. Hal ini membuat target dari kegiatan ini sebanyak 12-15 orang sudah terpenuhi. Semua peserta dapat mengikuti seluruh proses pelatihan dari awal hingga akhir dengan baik dan lancar, kegiatan yang telah dirancang, 100% terlaksana, dan kehadiran narasumber 100%. Target penyampaian materi pelatihan juga telah tercapai karena secara keseluruhan materi dapat tersampaikan. Dalam mengikuti kegiatan pelatihan, peserta terlihat memiliki antusiasme yang sangat tinggi dan bersifat kooperatif atas kegiatan pelatihan ini. Praktek mandiri penyusunan perencanaan usaha dan pengelolaan usaha yang dilakukan digunakan untuk mengevaluasi dan menilai penguasaan kompetensi peserta pelatihan.

Faktor Penghambat Kegiatan

Selain itu terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan pengabdian ini, antara lain:

- a) Anggota KUBE yang memiliki latar belakang pendidikan bervariasi yang menyebabkan daya tangkap para peserta didik terhadap materi juga sangat bervariasi.
- b) Minimnya pengetahuan awal peserta pelatihan tentang studi kelayakan usaha dan pengelolaan usaha yang mengakibatkan beberapa peserta mengalami kendala ketika akan Menyusun laporan.

Pertemuan tahap awal atau pelatihan ini kurang lebih berlangsung selama 3 jam. Fokus yang menjadi kegiatan utama dalam pelatihan ini adalah *sharing* atau tanya jawab terkait permasalahan yang dihadapi mitra. Lalu selanjutnya dilakukan identifikasi terkait variabel yang digunakan atau dimasukkan dalam laporan kelayakan usaha secara bersama-sama. Kemudian dilanjutkan dengan pembuatan rincian laporan keuangan dan laporan kelayakan usaha. Hal ini juga menjadi langkah awal sebagai pengenalan kepada mitra sehingga mitra dapat memahami tiap proses dari kegiatan ini. Kegiatan ini dilakukan ketika sosialisasi sekaligus pengumpulan data. Mitra dan tim hadir pada kegiatan ini di lokasi masing-masing. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar mitra dapat mengetahui bagaimanakah proses penyusunan laporan kelayakan maupun keuangan yang baik dan benar.

Dalam pelatihan ini materi yang diberikan kepada peserta didik adalah sebagai berikut:

- a) faktor pengaruh kelayakan usaha;
- b) urgensi kelayakan usaha;
- c) definisi kelayakan usaha;
- d) kerangka kelayakan usaha;
- e) bentuk formal kelayakan usaha;
- f) praktek secara pembuatan rencana usaha;
- g) metode ceramah dan tanya jawab dilakukan untuk mengevaluasi hasil perencanaan usaha dan media yang digunakan adalah laptop serta *print-out* materi.

Dari kegiatan pendampingan, berikut adalah hasil yang didapat;

- a. Proses kegiatan dapat diikuti dengan cukup baik dari awal hingga akhir kegiatan oleh para peserta. Kegiatan yang dirancang, 100% terlaksana, serta tingkat partisipasi atau kehadiran narasumber 100%.
- b. Antusiasme peserta tinggi, sehingga sangat mendukung atau menunjang terhadap kesuksesan kegiatan ini, dan juga materi tersampaikan secara keseluruhan sehingga target penyampaian materi tercapai.

Pendampingan Strategi Pemasaran Digital

Program pendampingan yang terakhir yaitu dengan mendampingi ibu-ibu peserta pelatihan memasarkan produk yang telah mereka buat. Pada era saat promosi dan pemasaran produk secara *online*

sangat marak dan diminati oleh orang ramai, selain berbiaya murah juga dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat karena untuk dapat menaikkan hasil penjualan tentunya harus pandai memasarkan produknya, mulai dari mempromosikan hingga menjual produknya (Kurniawati et al., 2019). Sebagai permulaan, dilakukan pemaparan materi terkait digital marketing. Dalam pemaparan disampaikan lebih detail terkait bagaimana cara untuk membuat akun media sosial guna menunjang strategi pemasaran secara digital. Perkembangan pasar digital yang cepat membuahkan kepraktisan serta efisiensi dalam banyak hal antara lain dapat meminimalisir biaya promosi, biaya sewa tempat dan lain-lain, (Pratiwi, 2020). Kemudahan dalam pemasaran serta didukung media sosial membuat pemasaran secara digital banyak diminati oleh banyak kalangan. Pasar digital dapat membuat bisnis semakin pesat dan bergairah. Terdapat banyak *platform* atau aplikasi di era digital ini yang berguna untuk menunjang promosi bisnis seperti Instagram, facebook, dan *market place*, (Melati, 2020). Untuk itu pada pengabdian masyarakat ini, ibu-ibu yang tergabung dalam KUBE, didampingi dan diberikan arahan tentang cara mengenalkan produk melalui pemasaran digital serta penggunaan aplikasi pada internet (sosial media) sebagai media pemasaran produk yang dijual. Pemasaran digital ini sangatlah mudah dan efisien sehingga dapat menunjang perkembangan usaha dengan cepat. Dengan pemasaran digital, para pedagang dapat memperoleh informasi langsung dari pelanggan, serta dapat memasarkan langsung produknya kepada konsumen. Kemajuan teknologi informasi menuntut para penjual untuk menguasai teknologi (Maya, 2016). Pemanfaatan mesin pencarian seperti Google dapat menjadikan keberadaan atau eksistensi bisnis dan produk yang dipasarkan dapat ditemukan dan diperoleh dengan cepat.



Gambar 2. Diskusi dan Penyampaian Materi



Gambar 3. Peserta Pendampingan

Hasil Evaluasi

Untuk menilai berhasil atau tidaknya kegiatan ini penyaji menggunakan nilai acuan sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Keberhasilan Kegiatan

Nilai (0 – 100)	Keterangan
Nilai 81 – 100	Sempurna
Nilai 61 – 80	Berhasil
Nilai 41 – 60	Cukup
Nilai 21 – 40	Kurang
Nilai 0 – 20	Gagal

Sumber: persepsi penulis, 2020

Soal yang diberikan kepada peserta pada saat tes awal (*pre-test*) dan tes akhir (*post-test*) dibuat dengan tujuan untuk mengetahui secara jelas tingkat kemajuan yang dicapai oleh masing-masing peserta. Komposisi indikator untuk tiap bagian soal ujian awal dan ujian akhir adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Pertanyaan dan Indikator pada *pre-test* dan *post-test*

No	Indikator	Butir Soal	Jumlah Soal	Prosentase (%)
1	Pengetahuan tentang pentingnya kelayakan pengembangan usaha	1	1	20
2	Pengetahuan tentang bagaimana pembukuan arus kas dan mengelola Keuangan Rumah Tangga dan	1	1	20
3	Pengetahuan tentang bagaimana untuk perhitungan kelayakan usaha	1	1	20
4	Pengetahuan tentang pemasaran digital	1	1	20
5	Pengetahuan tentang pemasaran pembuatan sosial media untuk sarana promosi	1	1	20
Total			5	100

Sumber: kuesioner, 2020

1. Hasil *Pre-Test*

Berikut ini adalah Tabel 3 yang menyajikan hasil *pre-test*

Tabel 3. Hasil *pre-test*

No	Peserta Pelatihan	TIK 1	TIK 2	TIK 3	TIK 4	TIK 5	Nilai
1	Peserta 1	1	1	0	0	0	60
2	Peserta 2	0	0	0	1	0	60
3	Peserta 3	1	1	1	1	0	80
4	Peserta 4	0	1	0	0	1	40
5	Peserta 5	0	0	1	0	0	40
6	Peserta 6	0	1	0	0	0	20

7	Peserta 7	1	1	1	1	1	80
8	Peserta 8	0	0	0	0	0	60
9	Peserta 9	1	1	1	0	0	60
10	Peserta 10	0	0	0	0	0	60
11	Peserta 11	1	1	0	0	0	60
12	Peserta 12	1	1	0	1	0	80
Pencapaian TIK (%)		50%	67%	33%	33%	17%	40%

Sumber: kuesioner, 2020

Tabel 3 menunjukkan hasil *pre-test* dari 12 orang peserta kegiatan. Dari tabel tersebut kita dapat mengetahui bahwa persentase rata-rata tertinggi peserta menjawab adalah 67% yaitu pada item pertanyaan ke-2, dengan pertanyaan pengetahuan tentang bagaimana pembukuan arus kas dan mengelola keuangan rumah tangga. Lalu, rata-rata terendah jawaban peserta adalah pada pertanyaan ke-5 yaitu pengetahuan tentang pemasaran, pembuatan sosial media sebagai sarana promosi dengan persentase jawaban sebesar 17%. Secara rata-rata total, hanya 40% dari seluruh item pertanyaan yang dapat dipahami oleh semua peserta.

2. Hasil *Post-Test*

Berikut ini adalah Tabel 4 yang menyajikan hasil *post-test*:

Tabel 4. Hasil *post-test*

No	Responden	TIK 1	TIK 2	TIK 3	TIK 4	TIK 5	Nilai
1	Peserta 1	1	1	0	1	1	80
2	Peserta 2	1	1	1	1	1	100
3	Peserta 3	1	1	1	1	0	80
4	Peserta 4	1	1	1	1	1	100
5	Peserta 5	0	1	1	1	1	80
6	Peserta 6	1	1	1	1	1	100
7	Peserta 7	1	1	1	1	1	100
8	Peserta 8	1	1	1	0	1	80
9	Peserta 9	1	1	1	1	0	80
10	Peserta 10	1	1	1	1	1	100
11	Peserta 11	1	1	1	1	1	100
12	Peserta 12	1	1	1	1	1	100
Pencapaian Indikator (%)		92%	100%	92%	92%	83%	91,8%

Sumber: data diolah, kuesioner 2020

Tabel 4 menunjukkan hasil *post-test* peserta kegiatan. Dari tabel tersebut dapat dilihat terjadi peningkatan pemahaman pada setiap *item* pertanyaan. Secara rata-rata total terjadi peningkatan pemahaman cukup signifikan yang sebelumnya sebesar 40% kemudian menjadi 91,8%.

Berikut ini adalah rangkuman hasil dari pre-test dan post-test:

Tabel 5. Peningkatan Indikator

No	Pencapaian	1	2	3	4	5	Nilai
1	Indikator Pre-Test	50%	67%	33%	33%	17%	40%
2	Indikator Post-Test	92%	100%	92%	92%	83%	91,8%

Tabel 5 menggambarkan rangkuman dari hasil *pre-test* dan *post-test*. Setiap indikator pertanyaan menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Peningkatan tertinggi terdapat pada indikator pertanyaan ke-5 yang meningkat sebesar 66% dari sebelumnya 17% menjadi 83%. Dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan terjadi rata-rata peningkatan sebesar 51,8% yang sebelumnya sebesar 40% menjadi 91,8% setelah *post-test*.

4. Kesimpulan dan saran

Selama kegiatan berlangsung terlihat bahwa peserta begitu antusias mengikuti penyajian materi maupun pada saat tanya jawab atau diskusi mengenai pembuatan laporan keuangan sederhana dan proses pengajuan kredit perbankan. Dapat disimpulkan bahwa semua peserta dapat mengikuti seluruh proses pelatihan dari awal sampai selesai, selain itu target penyampaian materi pelatihan juga tercapai karena materi dapat disampaikan secara keseluruhan dan antusiasme peserta dalam mengikuti pelatihan sangat mendukung kegiatan ini.

Ucapan terima kasih

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Lampung yang telah memfasilitasi pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat. Selain itu, Tim Pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada Kelompok Ibu-ibu Penerima Program PKH KUBE Wanita Mandiri atas partisipasinya dalam kegiatan pelatihan.

REFERENSI

- Abidin, A. Z., & Dharma, M. B. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan. *Prosiding Seminar Ilmiah Nasional*, (9), 461–475.
- Agustina, Y., Indra, A. Z., Nirmala, T., & Widiyanti, A. (2020). Peningkatan keterampilan dan pendapatan ibu-ibu Dasawisma dan Karang Taruna melalui kerajinan pengolahan barang sisa. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 69-79. <https://doi.org/10.35912/jpm.v1i2.111>
- Ahmadi, C., Hermawan, D., N L P, S., & T M, K. (2021). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pengembangan Usaha Ternak Tikus Putih . *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 29-37. <https://doi.org/10.35912/yumary.v2i1.503>
- Dewanti, I. S. (2010). Pemberdayaan Usaha Kecil Dan Mikro : Kendala Dan Alternatif Solusinya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 1–10.
- Ekonomi, S., & Pedesaan, M. (2014). Evaluasi Keberhasilan Lembaga Perkreditan Desa (Lpd) Dalam Menggerakkan Sosial Ekonomi Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12 No. 1, 70–85.
- Ernawati, Sayuti, M., Kadarusman, Hismayasari, I. B., Supriatna, I., & Abadi, A. S. (2021). Pendampingan Masyarakat di Kampung Salak, Kota Sorong: Pelatihan Teknik Pembenihan Ikan Lele Secara Buatan. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 173-181. <https://doi.org/10.35912/yumary.v1i4.195>
- Kartasasmita, G. (1995). Pemberdayaan Masyarakat dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Rakyat. *Bestari*, 20.
- Kurniawati, E., Santoso, A., & Widowati, S. Y. (2019). Pelatihan Pemasaran Online Bagi Kelompok Usaha Bersama (KUB) “SRIKANDI”. *JIPEMAS: Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 132.

- Maya, S. (2016). Strategi Peningkatan Penjualan Usaha Kecil Menengah Melalui E- Commerce Studi Kasus : Mitra UKM Perusahaan X. *JABE; Journal of Applied Business and Economics*, Vol.2,(No.3, Maret 2016), 271–279.
- Melati, Sari Inaya, Margunani, Saringatun Mudrikah, Lola Kurnia Pitaloka. (2020). Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Warga Binaan Lembaga Pemasyarakatan. *Jurnal Panrita Abdi*. 2020, Volume 4, Issue 2.
- Perks, S. (2010). Problem-solving techniques of growing very small businesses. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 4(3), 220–233.
- Pratiwi, D. A. (2020). *E-Commerce: Pasar Digital Dan Barang Digital*. 22–1.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Soeharjoto, Ratnawati, N., Mariyanti, T., Syofyan, S., & Tribudhi, D. A. (2020). Pemberdayaan ekonomi rumah tangga yang terdampak pandemi Covid-19 melalui usaha mikro dan kecil di Kelurahan Mustikajaya . *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* , 1(1), 25-33. <https://doi.org/10.35912/jpm.v1i1.65>
- Wulan, Y. C., Ati, N. U., & Widodo, R. P. (2019). Implementasi Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan Melalui Program Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Usaha Bersama (KUBE) (Studi Tentang PrograAm Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di Kelurahan Pakistaji Kecamatan Wonoasih Kota Probolinggo. *Jurnal Respon Publik*, 13(4), 104–109.