

PEMBERDAYAAN TIM PENGGERAK PKK DESA ASRIKATON MELALUI KEGIATAN EKONOMI PRODUKTIF

Annisa Fatimah

Akuntansi, Politeknik Negeri Malang
annisa.fatimah2019@gmail.com

Abstract

The program aims to motivate the PKK Team to produce entrepreneurial ideas as well as carry out planning for business activities for housewives in Asrikaton village. In this village, there are many housewives who do not have their own income. They are a group that makes it possible to be empowered in MSME activities. The steps taken include discussing obstacles when starting a business and providing solutions that can be implemented with culinary business from home. The training material provided includes building motivation, business analysis, production and marketing. Apart from the material, participants were also directly involved in the practice of making home business products in the form of rice boxes and mango jelly drinks. The marketing aspects emphasized in this activity include training in the analysis and evaluation process of promising types of home businesses, then participants practice making (production) using materials that are easy to obtain and process. Apart from that, participants also learn about sales and calculating profits. Participants also learn about managing a simple home business so that participants can develop their business sustainably. The result of this activity was the PKK Team's agreement regarding efforts to improve the economy and strengthen the participation of housewives so that it is more structured and comprehensive, able to support the realization of economic improvement for the community in Asrikaton village. The activity show that the PKK member empowerment program has given birth to new entrepreneurs from housewives so that this program has also been proven to be able to increase family income and welfare in Asrikaton Village.

Keywords: entrepreneurial, building motivation, business analysis, production and marketing

1. PENDAHULUAN

Dalam penelitian yang diungkapkan oleh (Junaedi & Salistia, 2020; Sina, 2020) serta (Yeni & Yanti, 2021) pandemi COVID 19 telah menimbulkan dampak multisektor di berbagai negara khususnya perekonomian yang pada akhirnya berimplikasi pada ancaman krisis ekonomi yang cukup besar. Hal tersebut ditandai dengan menurunnya aktivitas produksi di berbagai negara (bahkan berhenti total), sehingga banyak terjadinya pengangguran akibat dari Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Dampak fatal dari perekonomian ini membuat tingkat konsumsi rumah tangga jatuh drastis akibat kepala keluarga yang kehilangan pekerjaan.

Karena alasan dampak pandemi tersebut, Bank Dunia atau World Bank memperkirakan pertumbuhan ekonomi Indonesia 2020 akan berada pada kisaran -2,0 s.d. -1,6 persen (*year on year*) yang merupakan pertumbuhan negatif pertama kali dalam dua dekade terakhir (Kemenkeu, 2020). Bahkan lebih jauh, (Sina, 2020) ikut menjelaskan bahwa menurunnya ekonomi Indonesia disebabkan

defisit yang lebih tinggi, nilai tukar yang terdepresiasi, pertumbuhan yang lebih lambat, serta banyak hal lainnya. Namun demikian masih ada secercah harapan dan optimisme pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2022 ini. Seperti yang telah dinukil dari laman bisnis.com (Nugroho, 2022) memberikan ulasan mengenai proyeksi yang dilakukan Bank Dunia bahwa Indonesia akan berada pada momentum pertumbuhan ekonomi pada tahun 2022. Berdasarkan laporan Global Economic Prospects dari Bank Dunia yang dirilis Selasa (11/1/2022), pertumbuhan ekonomi Indonesia diperkirakan mencapai 5,2 persen pada tahun ini.

Tentunya optimisme tersebut di atas tidak boleh disia – siakan, berbagai upaya pemerintah untuk mewujudkan kondisi ini adalah melakukan berbagai program penunjang yang masuk dalam prioritas pembangunan dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP). Salah satunya adalah pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Alasan masuk akal fokus pemerintah pada mikro ekonomi,

karena makro ekonomi Indonesia dalam beberapa tahun ini selalu mengalami defisit (Fawaid & Fatmala, 2020). Selain itu tidak dapat dipungkiri adanya fakta bahwa UMKM telah banyak berkontribusi dalam perekonomian nasional (Ariani & Utomo, 2017). Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya.

(Hartika et al., 2020) menyebutkan bahwa ibu rumah tangga merupakan potensi yang baik untuk dijadikan sasaran pengenalan terhadap wirausaha. Hal ini juga sebelumnya telah disampaikan oleh (Hapsari, 2019) dimana peran ibu rumah tangga dalam membantu kehidupan ekonomi suatu keluarga menjadi sangat penting disaat kebutuhan keluarga terus meningkat. Kesejahteraan ekonomi adalah hak setiap individu sehingga tak patut menjadi batasan bagi ibu rumah tangga untuk mengembangkan dirinya melalui kegiatan wirausaha karena pada akhirnya akan membantu memberikan kontribusi bagi ekonomi keluarganya. Ibu rumah tangga tetap berwirausaha di rumah dengan cara membuka usaha yang diminati sesuai dengan kemampuan dan hobinya. Hal inilah yang menurut (Yeni & Yanti, 2021) membuat para ibu rumah tangga berpikir keras mencari jalan keluar untuk membantu perekonomian keluarga.

Perkembangan era digital yang semakin pesat juga didukung oleh kondisi pandemi ini. Situasi ini menuntut semua individu mampu beradaptasi dengan lingkungan baru, tidak terkecuali bagi ibu rumah tangga. Tidak hanya menyentuh proses produksi, pendidikan maupun komunikasi, akan tetapi juga menyentuh proses dalam memperkenalkan serta menjual produk dengan intensitas yang sangat cepat dengan media sosial. Dalam proses jual beli dimasa pandemi ini lebih cepat dengan menggunakan media digital (Yeni & Yanti, 2021).

Dusun Urek – urek merupakan bagian dari Desa Asrikaton, yang memiliki luas sekitar 47 Ha dengan rata –rata bermacam macam mata pencaharian diantaranya adalah anggota TNI AU, Karyawan Pabrik, Petani dan Peternak (Brata, 2019). Khususnya di bawah lingkup

wilayah PKK Anggrek RT 07 dan 08 Dusun Urek – urek ini, terdapat banyak ibu rumah tangga yang tidak memiliki penghasilan sendiri. Mereka merupakan kelompok yang memungkinkan untuk diberdayakan dalam kegiatan UMKM. Harapannya, jika ibu-ibu rumah tangga ini mampu menghasilkan suatu produk yang memiliki nilai ekonomis bukan tidak mungkin merka akan mampu meningkatkan ekonomi keluarganya. Apalagi tingkat pendidikan penduduk dusun ini cukup tinggi, dianggap merka cukup mampu untuk mengembangkan diri.

Ibu-ibu rumah tangga ini bisa memanfaatkan waktu luangnya dengan berwirausaha. Adanya wirausaha diharapkan akan bisa membantu masyarakat setempat untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Dari hasil pemetaan awal, ibu rumah tangga Dusun Urek – Urek RT 7 dan 8 memiliki ketrampilan di bidang kuliner dan kerajinan dengan memanfaatkan kekayaan alam sekitarnya yang dapat menjadi salah satu modal untuk memulai usaha. Selain itu, sebagian dari merka juga tergabung dalam perkumpulan tingkat desa sehingga memiliki kesempatan untuk membangun jaringan/ relasi bisnis.

Namun demikian, hasil pemetaan awal yang dilakukan menunjukkan beberapa permasalahan ibu rumah tangga di Dusun Urek – Urek RT 7 dan 8 terkait dengan memulai bisnis rumahan. Permasalahan pertama, terkait sumber daya karena ibu rumah tangga ini sangat tergantung pada kepala rumah tangga yang kurang sadar untuk memulai dan menjalankan usaha. Berikutnya, kurangnya pengetahuan ibu – ibu rumah tangga ini tentang produk usaha rumahan yang mudah namun menjanjikan menjadi permasalahan kedua. Permasalahan selanjutnya yang dapat diidentifikasi adalah kurangnya pengetahuan mitra tentang pengelolaan usaha rumahan mulai dari perencanaan, cara menghitung harga pokok, serta rencana pemasaran produk.

2. KAJIAN LITERATUR

Kewirausahaan

Dari definisi (Widodo, 2012) dapat diartikan wirausaha adalah orang yang berusaha mendobrak sistem ekonomi saat ini

dengan cara memperkenalkan barang dan jasa yang baru melalui mengolah bahan baku baru. Dalam definisi ini didukung oleh (Ananda & Rafida, 2016) secara terminologis, wirausaha adalah kemampuan untuk menciptakan, mencari, dan kemudian berusaha untuk memanfaatkan peluang tersebut seperti idealismenya. Setiap orang yang memulai sesuatu bisnis yang baru, proses kewirausahaan meliputi semua kegiatan fungsi dan tindakan untuk mengejar dan memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu organisasi. (Firmansyah & Roosmawarni, 2019) juga menambahkan konsep bahwa wirausaha adalah seseorang yang berani berusaha mengerahkan segala sumber daya mulai kepandaian mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai lebih tinggi secara mandiri.

Menurut (Widodo, 2012) wirausaha fokus pada objek, ada usaha yang mandiri, dengan jiwa, semangat, kemudian diaplikasikan dalam segala aspek kehidupan. Ditambahkan oleh (Ananda & Rafida, 2016) bahwa secara etimologis, istilah wirausaha berasal dari kata “wira” dan “usaha”. “Wira” bermakna: berani, utama, atau perkasa dan “usaha” bermakna kegiatan dengan mengerahkan tenaga pikiran dan fisik untuk mencapai sesuatu maksud. Apapun profesi seseorang, jika ia memiliki jiwa kewirausahaan maka jiwa dan semangatnya menjadi lebih kreatif, efisien, inovatif, berpandangan terbuka, dan lain sebagainya (Widodo, 2012).

Sifat – Sifat Wirausaha

Menurut (Firmansyah & Roosmawarni, 2019) ciri-ciri wirausaha adalah:

1. Memiliki keberanian dan daya kreasi, seorang wirausaha haruslah memiliki keberanian dalam memiliki daya kreasi atau tidak takut untuk bermimpi dan merencanakan. Setidaknya mereka harus bisa melaksanakan STOP yang terdiri dari : *Stop* “berhenti”, *Think* “berpikir”, *Observation* “Observasi” dan *Plan* “rencana”) apabila terjadi hal hal yang membuat ide tersebut tertunda.
2. Berani mengambil risiko agar sejalan dengan perencanaan sebelumnya yang telah dilakukan serta pengamatan ide yang dimilikinya.
3. Memiliki semangat dan kemauan keras untuk menuju sukses karena memiliki pengetahuan untuk membuat analisis yang tepat untuk tujuan yang diinginkan.
4. Seorang wirausaha haruslah tidak konsumtif atau setidaknya dan diusahakan konsumsinya jauh lebih sedikit dari penghasilannya.
5. Memiliki jiwa pemimpin agar mampu mengembangkan usaha menjadi lebih maju.
6. Berorientasi pada masa depan, inovatif dan kreatif untuk mendapatkan peluang usaha.

Ciri ciri kewirausahawan yang handal dan profesional haruslah yakin terhadap produk yang dimiliki memiliki keunggulan, untuk itu mereka pasti mengenal sangat banyak produknya, komunikatif dan negosiasi ramah dalam pelayanan, santun jujur dan berani dalam menciptakan transaksi.

Jenis dan Bidang Usaha

Berdasarkan panduan yang dikemukakan (Ananda & Rafida, 2016) terdapat beberapa pertimbangan tersendiri untuk menemukan peluang keberhasilan usaha, misalnya pilihan kelompok bidang usaha yang akan dilaksanakan (pakaian/ sandang, makanan dan bahan pangan, kecantikan/kosmetika dan sebagainya), bagaimana posisi usaha dalam rantai distribusi, misalnya pemasok, produsen, agen, distributor, berikutnya juga penentuan target yang dibidik, bisnis akan difokuskan produk, perdagangan atau jasa, serta pertimbangan yang menentukan lagi yaitu posisi tawar untuk memenangkan persaingan, misalnya *price leadership*, *product leadership*, *low cost leadership*, *operational leadership*, *network leadership* dan *technology leadership*.

Pemerintah telah menetapkan definisi lengkap terkait jenis usaha sebagaimana (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008) :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi

kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Jenis dan bidang usaha telah dikelompokkan oleh (Ananda & Rafida, 2016) yaitu:

1. Bidang Usaha Produksi, yaitu usaha menghasilkan barang baik dalam bentuk penggalan/pengelolaan sumber daya alam, produk pertanian, produk perkebunan, peternakan maupun mengolah bahan mentah menjadi bahan siap pakai.
2. Bidang Usaha Perdagangan, yang dikelompokkan lagi menjadi dua sub usaha perdagangan yaitu usaha retail dan distributor:
 - a. Usaha retail (usaha eceran), di mana jenis produk yang dibuat oleh usaha produksi ditawarkan di warung, toko, mini market dan lain- lain. Jenis usaha perdagangan retail walaupun kecil adalah penting dalam penyaluran barang yang dibuat oleh usaha produksi kepada konsumen akhir. Tanpa usaha perdagangan retail sulit menyalurkan produksinya, walaupun produsen dapat

langsung menjual ke konsumen namun tidak efisien. Perdagangan retail adalah suatu kegiatan menjual barang dan jasa kepada konsumen akhir, jadi perdagangan retail adalah mata rantai terakhir dalam penyaluran barang dari produsen sampai ke konsumen. Pedagang retail sangat penting bagi pengusaha produksi karena melaluinya produsen dapat memperoleh informasi berharga tentang produksinya.

- b. Distributor, yaitu segala aktivitas marketing yang menggerakkan barang-barang dari produsen ke pedagang retail atau lainnya. Perdagangan besar berfungsi untuk mendistribusikan barang-barang hasil produksi ke pedagang retail sehingga dalam hal ini distributor tidak berhubungan langsung dengan konsumen. Jumlah transaksi yang dibelipun relatif besar serta harga dapat berubah menurut situasi (tidak mengikat), namun produsen dapat memberikan keringanan- keringanan seperti discount atau korting (pemotongan harga), pembayaran kredit, cara pengiriman dan sebagainya.
3. Bidang Usaha Jasa. Bidang usaha jasa, selain faktor sumber daya teknologi, keuangan dan pemasaran maka sumber daya manusia sebagai sumber dalam bersaing. Hal ini disebabkan oleh karena sumber daya manusia merupakan sumber daya organisasi yang berhubungan langsung dalam aktivitas pemberian jasa kepada pelanggan/ konsumen. Usaha ini mengandalkan pemasaran interaktif yang dilakukan entrepreneur kepada pelanggan secara langsung melalui aktivitas pemasaran internal dalam bentuk pemberian berbagai pelatihan yang akan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Saat ini usaha di bidang jasa merupakan usaha yang cepat pertumbuhannya, terutama pada bidang usaha kecil. Usaha ini dapat dilakukan dengan modal kecil dan terjangkau sampai dengan modal usaha yang besar.

3. METODE

Pada program pengabdian kepada masyarakat ini, tim penyaji penyuluhan antara

lain dari dosen-dosen Politeknik Negeri Malang, program ini merupakan suatu program yang berkesinambungan dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P2M) Politeknik Negeri Malang yang setiap tahun. Peserta kegiatan PkM ini adalah para Tim Penggerak PKK Dusun Urek – Urek RT 07 dan 08, Desa Asrikaton, Pakis – Kabupaten Malang.

Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan kegiatan penelitian ini adalah untuk menghasilkan ide kewirausahaan bagi Ibu rumah tangga di Dusun Urek – Urek, Desa Asrikaton, Pakis – Kabupaten Malang sekaligus melakukan perencanaan untuk kegiatan bisnisnya secara teknis operasional sehari – hari . Kegiatan ini pastinya dilakukan kepada peserta dengan menerapkan protokol kesehatan. Setelah itu membahas apa saja yang menjadi kendala dalam melakukan usaha bagi Ibu-ibu yang yang belum memiliki usaha dalam masa pandemi ini dan memberikan Solusi yang dapat di terapkan yaitu Bisnis Kuliner dari Rumah.

Untuk mewujudkan hasil tersebut maka kegiatan utama akan dilaksanakan dalam dua langkah yakni identifikasi masalah-masalah yang dihadapi ibu rumah tangga dalam mengembangkan UMKM serta penyusunan model strategi pengembangan UMKM berbasis daya saing. Kegiatan yang akan dilaksanakan adalah memberikan dan mengumpulkan informasi tentang masalah-masalah yang dihadapi ibu rumah tangga berkaitan dengan peningkatan ekonomi keluarga melalui wirausaha UMKM. Materi pelatihan yang diberikan meliputi membangun motivasi, analisis usaha, produksi dan pemasaran. Selain materi, peserta juga terlibat secara langsung dalam praktek membuat produk usaha rumahan berupa *rice box* dan minuman *mango jelly*.

Aspek pemasaran yang ditekankan dalam kegiatan ini meliputi pelatihan proses analisis dan evaluasi jenis usaha rumahan yang menjanjikan, kemudian peserta praktik untuk membuat (produksi) dengan memanfaatkan bahan-bahan yang mudah didapat dan diolah. Di samping itu peserta juga belajar tentang penjualan dan menghitung keuntungan. Terkait dengan manajemen maka peserta belajar tentang pengelolaan usaha rumahan sederhana. Hal ini bertujuan agar peserta dapat mengembangkan bisnisnya secara

berkelanjutan. Harapannya peserta jadi memiliki kemampuan mengolah barang-barang menjadi sebuah kerajinan tangan menjadi peluang besar untuk dijadikan usaha bisnis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan dilakukan di bulan Juli 2022 bertempat di rumah Ketua Pelaksana Pengabdian Masyarakat dengan mengundang narasumber dari pemilik Usaha Teras Setjipta serta dibantu oleh mahasiswa sebagai nara sumbernya. Penyajian informasi dilakukan secara lisan baik formal maupun informal dengan alat bantu LCD proyektor dan dilakukan dengan 2 cara, yaitu langsung secara luring maupun dengan Zoom Meeting.

Gambar 1 Kegiatan Dilakukan Secara Hybrid



Ketua pelaksana dan mahasiswa menyiapkan peralatan dan perlengkapan presentasi, seperti proyektor dan lainnya. Berikutnya anggota kelompok yang lain menggunakan zoom meeting untuk keikutsertaannya dan para peserta juga akan dimasukkan ke dalam *zoom meeting* agar anggota yang di dalam *zoom meeting* dapat ikut mengontrol jalannya acara.

Penjelasan awal diceritakan bahwa terdapat beberapa faktor yang menghambat wanita untuk menjadi wirausahawan antara lain: (1) Faktor kewanitaan, seorang ibu rumah tangga mempunyai masa hamil dan menyusui sehingga mengganggu jalannya bisnis; (2) Faktor sosial budaya, wanita yang sudah menikah mendapat stigma dari masyarakat bahwa kewajibannya hanya mengurus keluarga dan mencari nafkah hanya urusan suami; (3) Faktor emosional, faktor emosional yang dimiliki wanita dalam pengambilan keputusan membuat keputusan yang diambil sering kehilangan rasionalitasnya; (4) Faktor administrasi, administrasi yang berbelit merupakan salah satu faktor yang sangat menghambat wanita

dalam memulai membuka usaha; (5) Faktor Pendidikan, merupakan salah satu faktor penghambat wanita berwirausaha.

Gambar 2 Mahasiswa dan Anggota Pelaksana Mempresentasikan Materi



Namun, bukan berarti potensinya hilang begitu saja. Justru, tim pelaksana pengabdian berharap pemberdayaan melalui kegiatan PKK yang berkesinambungan, dinamis, secara sinergis dapat mendorong keterlibatan semua potensi itu. Dalam hal peningkatan ekonomi perempuan, tujuan dari program pemberdayaan perempuan, antara lain: 1) Meningkatkan kemampuan kaum perempuan untuk melibatkan diri dalam program pembangunan, sebagai partisipasi aktif (subjek) agar tidak sekedar menjadi objek pembangunan seperti yang terjadi selama ini; 2) Meningkatkan kemampuan kaum perempuan dalam kepemimpinan, untuk meningkatkan posisi tawar-menawar dan keterlibatan dalam setiap pembangunan baik sebagai perencana, pelaksana, maupun melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan; 3) Meningkatkan kemampuan kaum perempuan dalam mengelola usaha skala rumah tangga, industri kecil maupun industri besar untuk menunjang peningkatan kebutuhan rumah tangga, maupun untuk membuka peluang kerja produktif dan mandiri; 4) Meningkatkan peran dan fungsi organisasi perempuan di tingkat local sebagai wadah pemberdayaan kaum perempuan agar dapat terlibat secara aktif dalam program pembangunan pada wilayah tempat

tinggalnya. Di bidang ekonomi, pemberdayaan perempuan lebih banyak ditekankan untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola usaha, khususnya dalam hal ini adalah *home industry*.

Gambar 3 Narasumber, Mahasiswa dan Peserta Melakukan Praktek Wirausaha



Terkait dengan pemberdayaan perempuan dalam *home industry*, hal yang perlu dilakukan adalah penciptaan iklim yang kondusif. Penciptaan iklim yang kondusif tersebut dapat dilakukan dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki agar dapat menciptakan aksesibilitas terhadap berbagai peluang yang menjadikannya semakin berdaya.

Gambar 4 Hasil Ide Wirausaha Penggerak PKK



Konsep manajemen usaha kecil yang digambarkan melalui pengenalan usaha kecil dan prinsip dasar tentang manajemen usaha kecil bagi perempuan diharapkan dapat memberikan wawasan kepada perempuan tentang pengelolaan usaha kecil. Pengelolaan yang komperhensif tentang upaya pemberdayaan ekonomi perempuan melalui pengembangan manajemen usaha kecil dapat melengkapi pengetahuan perempuan dalam menjalani dan mengelola usaha kecil yang relatif cukup memiliki perbedaan dengan usaha menengah dan besar, namun kendala yang sering dihadapi adalah tingkat pendidikan dan pengetahuan perempuan yang relatif rendah dan keterampilan usaha yang sangat sederhana, maka diperlukan rancangan

sederhana pengembangan manajemen usaha kecil yang dapat dengan mudah diaplikasikan bagi perempuan dan pada umumnya proses pengembangan usaha kecil perempuan masih menitikberatkan pada aspek kesulitan modal. Padahal aspek manajemen usaha seperti manajemen pemasaran, manajemen operasional dan manajemen sumber daya manusia belum sepenuhnya dikembangkan. Hal ini disebabkan pemahaman dan kesungguhan pihak-pihak terkait dalam mengembangkan pemberdayaan ekonomi perempuan belum optimal.

Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan motivasi pada Tim penggerak PKK yang ditampilkan pada gambar di bawah ini:

Gambar 5 Umpan Balik Wirausaha Penggerak PKK



Tentunya hasil positif dari umpan balik peserta pelatihan ini mengindikasikan bahwa peserta melihat bahwa mereka berhasil menguasai materi pelatihan dan mampu mengaplikasikannya dalam situasi nyata, ini dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka. Mereka merasa lebih kompeten dan percaya bahwa mereka memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk membuka usahanya karena pelatihan ini telah menambah pengalaman mereka. Hal tersebut terbukti dari hasil umpan balik peserta bahwa kegiatan ini memberikan pengalaman yang dapat diambil dan dipraktekkan di rumah agar dapat menjadi ibu rumah tangga yang mandiri serta dapat mendukung dan membantu ekonomi rumah tangga.

5. SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

- Pemberdayaan kesejahteraan keluarga melalui Tim Penggerak PKK dibentuk untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan masyarakat untuk mewujudkan pembangunan ekonomi desa dan meningkatkan kesejahteraan keluarga.
- Program pemberdayaan Tim Penggerak PKK Desa Asrikaton menunjukkan pengaruh yang positif. Hal ini ditunjukkan dengan 95% yang termotivasi berwirausaha yang tinggi setelah pelatihan.
- Pelatihan usaha memberikan kesempatan bagi anggota Tim PKK untuk mengembangkan keterampilan baru yang berkaitan dengan pengelolaan usaha. Ini termasuk pengelolaan keuangan, pemasaran, manajemen stok, dan sebagainya. Keahlian ini dapat membantu mereka dalam merencanakan dan menjalankan usaha-usaha lokal yang lebih sukses.

Dengan demikian, pelatihan usaha dapat menjadi alat yang efektif dalam pemberdayaan Tim PKK dan kelompok-kelompok serupa untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga dan masyarakat mereka secara keseluruhan. Ini adalah langkah yang sangat positif dalam upaya untuk mengurangi kemiskinan, meningkatkan partisipasi ekonomi, dan meningkatkan kualitas hidup di tingkat lokal.

6. DAFTAR REFERENSI

- Ananda, R., & Rafida, T. (2016). *Pengantar Kewirausahawan: Rekayasa Akademik Meningkatkan Entrepreneurship*. e-mail: perdanapublishing@gmail.com
- Ariani, A., & Utomo, M. N. (2017). Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118. <https://doi.org/10.33830/jom.v13i2.55.2017>
- Brata, E. V. (2019). *Desa Asrikaton: Sejarah dan Profil Desa*. Wikipedia.Com. <https://m1penyuluhanfapetub2019.wordpress.com/2019/02/07/profil-desa/>
- Fawaid, A., & Fatmala, E. (2020). Home Industry Sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 14(1), 109. <https://doi.org/10.35931/aq.v14i1.342>
- Firmansyah, A., & Roosmawarni, A. (2019). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Qiara Media.

- Hapsari, T. P. (2019). Peningkatan Pendapatan Ibu Rumah Tangga. *Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat, November*, 385–390.
- Hartika, D., Ririen, D., & Dewi, K. (2020). Analysis Factors Of Constraining Housewives To Became Entrepreneurs (Study in Air Jernih Village, Indragiri Hulu District). *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 176(2), 176–187. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>
- Junaedi, D., & Salistia, F. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara-Negara Terdampak. In *Simposium Nasional Keuangan Negara* (pp. 995–1115).
- Kemenkeu. (2020). *Bank Dunia Prediksi Pertumbuhan Indonesia Tahun 2020 Antara -2% Hingga -1,6%*. Kemenkeu.Go.Id. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/bank-dunia-prediksi-pertumbuhan-indonesia-tahun-2020-antara-2-hingga-1-6/>
- Nugroho, A. C. (2022). *Bank Dunia Proyeksi Ekonomi Indonesia Tumbuh 5,2 Persen pada 2022*. Bisnis.Com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220111/9/1487984/bank-dunia-proyeksi-ekonomi-indonesia-tumbuh-5-2-persen-pada-2022#:~:text=Berdasarkan laporan Global Economic Prospects,2 persen pada tahun ini.>
- Sina, P. G. (2020). Ekonomi Rumah Tangga Di Era Pandemi Covid-19. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 12(2), 239–254. <https://doi.org/10.35508/jom.v12i2.2697>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*.
- Widodo, A. S. (2012). Buku Ajar Kewirausahaan : Entrepreneur Agribuisiness - Start Your Own Buisiness. In *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Yeni, M., & Yanti, I. D. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Ibu Rumah Tangga Dalam Berbisnis Online Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Digital (BIDIG)*, 1(1), 80–88. <https://doi.org/10.37598/bidig.v1i1.1096>