

## Penguatan Usaha Mikro bagi Perempuan Wirausaha Penerima Program Keluarga Harapan di Kota Jambi

### *Business Strengthening for Women Micro Entrepreneurs Program Keluarga Harapan in Jambi City*

Besse Wediawati\*, Sumarni, Idham Khalik, Zulfina Adriani, Dian Mala Fitriani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, Jambi, Indonesia

\*Penulis Korespondensi

[widya\\_anwary@yahoo.com](mailto:widya_anwary@yahoo.com)

Riwayat Artikel: Dikirim 5 November 2021; Diterima 14 November 2021; Diterbitkan 31 Mei 2022

#### Abstrak

Kegiatan Pengabdian ini bertujuan membantu wirausaha mikro perempuan yang merupakan penerima Program keluarga harapan dalam memecahkan persoalan mereka dalam berusaha sehingga bisa berproses menuju graduasi. Permasalahan yang dihadapi adalah semangat berwirausaha yang kadangkala mengalami fluktuasi terutama dalam masa pandemic; keterbatasan modal untuk menambah volume usaha; keterbatasan pengetahuan mengenai manajemen usaha, serta rendahnya akses/pemanfaatan teknologi dalam mendukung bisnis/usaha mereka. Solusi bagi pemecahan masalah ini adalah memberikan penguatan usaha melalui pelatihan kewirausahaan, pemasaran digital serta pendampingan untuk Pembentukan Kelompok Usaha bersama. Pelatihan dan pendampingan dilakukan dengan metode *participant* dan *project-based learning* serta pendampingan. Kegiatan dilakukan selama 6 bulan yaitu mulai bulan Mei hingga Oktober 2021. Jumlah Tim Pengabdian PPM sebanyak 5 orang dengan bidang keahlian yang relevan dengan kegiatan PPM. Hasil dari PPM ini adalah meningkatnya semangat kewirausahaan, pengetahuan dan keberdayaan mitra PPM sehingga dapat meningkatkan Usaha Kuliner dan berproses menuju graduasi.

**Kata kunci:** Program Keluarga Harapan, Wirausaha Perempuan, Keluarga Penerima Manfaat, Kelompok Usaha Bersama

#### Abstract

*This activity aims to help female micro-entrepreneurs who are recipients of the Program Keluarga Harapan solve their problems in their business so that they can proceed towards graduation. The problems faced are the entrepreneurial spirit which sometimes fluctuates, especially during a pandemic; limited capital to increase business volume; limited knowledge of business management, as well as low access/utilization of technology to support business. The solution for solving this problem is to provide business strengthening through entrepreneurship training, digital marketing and assistance for the formation of joint business groups. Training and mentoring are carried out using participant and project-based learning methods as well as mentoring. The activity was carried out for 6 months, starting from May to October 2021. The team consisted of 5 people with relevant fields of expertise. The result of this activity is an increase in the entrepreneurial spirit, knowledge and empowerment of PPM partners so that they can improve their Culinary Business and progress towards graduation.*

**Keywords:** Program Keluarga Harapan, Women Entrepreneurs, Beneficiary Families, Joint Business Groups

#### PENDAHULUAN

Program Keluarga Harapan (PKH) merupakan program pemberian bantuan social tunai bersyarat bagi keluarga rentan dan miskin (*conditional cash transfer*) (Fiszbein, A and Schady, 2009) Program ini bertujuan mengurangi beban pengeluaran dan

meningkatkan pendapatan keluarga miskin dan rentan melalui akses seluas-luasnya ke layanan pendidikan, kesehatan dan kesejahteraan sosial, menciptakan perubahan perilaku serta kemandirian Keluarga Penerima Manfaat (KPM) dalam

hal inklusi keuangan serta kemandirian ekonomi.

Kelompok penerima manfaat (KPM) PKH terdiri dari para ibu hamil, anak-anak usia dini 0 sampai 6 tahun (jumlah maksimal 2 anak), Anak SD, SLTP, dan SLTA, Disabilitas berat, tunadaksa dan keterbelakangan mental serta Lanjut Usia 70 tahun ke atas. PKH menjadi episentrum sejumlah program penanggulangan kemiskinan secara terintegrasi dan terkoneksi ke sejumlah program penganggulangan kemiskinan lainnya seperti Subsidi LPG 3 Kg, Subsidi Listrik, Kartu Indonesia Pintar, Kartu Indonesia Sehat, BNPT dan Juga Rastra, Rutilahu, sertifikasi kepemilikan tanah, Bantuan Sosial Pemerintah Daerah. Bantuan PKH adalah transport untuk mengunjungi fasilitas kesehatan, makanan bergizi, perlengkapan dan transport ke sekolah serta modal usaha.

Program Keluarga Harapan memiliki target bahwa dalam jangka waktu 9 (sembilan) tahun sejak awal menerima, KPM sudah diharapkan mencapai graduasi atau sebelum jangka waktu tersebut, KPM diharapkan dapat mengundurkan diri secara sukarela karena telah mencapai taraf kehidupan di atas pra sejahtera (graduasi mandiri). Adapun Jumlah KPM yang ditargetkan sudah graduasi minimal 20% dari total KPM seluruh Indonesia.

Salah satu kota penerima PKH di Indonesia adalah Kota Jambi. Sejak tahun 2012, PKH dilaksanakan di 5 kecamatan, yaitu Kec. Kota Baru, Telanaipura, Jelutung, Jambi Selatan dan Jambi Timur. Hingga tahun 2021 semua kecamatan yang ada di Kota Jambi yaitu sebanyak 11 kecamatan telah menerima program PKH. Tercatat Jumlah KPM PKH Kota Jambi hingga tahun 2021 sebanyak 14.314 KPM sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

**Tabel. 1 Jumlah KPM PKH Kota Jambi per Kecamatan Tahun 2021**

No	Nama Kecamatan	Total KPM	
		Tahap 1	Tahap 2
1	Alam Barajo	1.374	1.361
2	Danau Sipin	1.748	1.726
3	Danau Teluk	781	773
4	Jambi Selatan	1.161	1.155
5	Jambi Timur	2.249	2.229
6	Jelutung	1.627	1.593
7	Kota Baru	1.483	1.459
8	Paal Merah	1.859	1.841
9	Pasar Jambi	399	397
10	Pelayangan	479	479
11	Telanaipura	1.315	1.301
	<b>Total</b>	<b>14.475</b>	<b>14.314</b>

Sumber: Statistik PKH Kota Jambi (2021)

Salah satu kecamatan, yaitu Kecamatan Jambi Timur memiliki jumlah KPM terbanyak, sehingga PPM FEB Universitas Jambi memilih lokasi ini sebagai pilot kegiatan. Dari sebanyak 2.229 KPM terdapat sekitar 179 orang perempuan yang memiliki usaha, diantaranya kelompok wirausaha mikro bidang kuliner yang terdiri dari 10 orang wirausaha mikro perempuan dengan profil sebagai berikut:

**Tabel 2.**  
**Profil Kelompok Perempuan Wirausaha Mikro KPM –PKH Kec. Jambi Timur Tahun 2021**

No.	KPM	Jenis Usaha	Omzet (Rp)
1	KPM1	Sarapan Pagi, rempeyek	1,200,000
2	KPM2	Lontong, Nasi Gemuk, snack	4,000,000
3	KPM3	Lontong, Nasi Gemuk, snack	3,000,000
4	KPM4	Sarapan Pagi, snack	1,000,000

No.	KPM	Jenis Usaha	Omzet (Rp)
5	KPM5	Sarapan Pagi, cemilan	1,200,000
6	KPM6	Sarapan Pagi	1,200,000
7	KPM7	Lontong Sayur	950,000
8	KPM8	Lontong Sayur	1,000,000
9	KPM9	Lontong Sayur, cemilan	1,000,000
10	KPM10	Sarapan Pagi	1,500,000
11	Maryulianis	Sarapan Pagi, cemilan	900,000

Sumber : Sekretariat PKH Kota Jambi (2021)

Kelompok wirausaha mikro KPM-PKH ini bergerak di bidang kuliner seperti berjualan aneka makanan sarapan pagi seperti lontong, nasi gemuk, snack dan cemilan. Omzet mereka berada dalam kisaran 950.000 – 4.000.000 per bulan. Setiap hari rata-rata perempuan wirausaha mikro KPM PKH ini bisa mendapat untung sekitar 25%-30% dari omzet harian. Dari setiap keuntungan yang dihasilkan mereka bisa menabung dengan kisaran sangat beragam. Ada yang menargetkan dalam 1 hari mereka bisa menabung antara Rp. 25.000 - 50.000. Keinginan untuk meningkatkan penghasilan keluarga sangat tinggi, namun mereka juga menghadapi sejumlah persoalan dalam berusaha.

Berdasarkan hasil curah gagasan (*brainstorming*) serta wawancara mendalam dengan Koordinator PKH Kota Jambi, 1 orang Pendamping PKH kecamatan Jambi timur dan 10 orang KPM PKH, pada tanggal 2 Januari 2021 di sekretariat PKH Kota Jambi, Kantor Dinas Sosial Lantai II, sehingga dapat digali dan diidentifikasi sejumlah permasalahan yang dihadapi PKH terkait skema graduasi baik dari sisi program PKH maupun dari sisi KPM PKH.

Adapun artikel ini bertujuan untuk mendiseminasikan hasil kegiatan PPM sebagai kontribusi pemikiran bagi stakeholder PKH di wilayah lain terkait aktivitas yang dapat dilakukan untuk mewujudkan peningkatan jumlah mandiri.

## Permasalahan

Sejumlah upaya telah dilakukan untuk mendorong terjadinya graduasi KPM PKH, namun tingkat graduasi mandiri masih relatif rendah, Hingga saat ini, baru tercatat sekitar 1.014 KPM atau baru 7,08% dari total KPM yang melakukan graduasi mandiri (sekretariat PKH, 2021). Jumlah ini belum memenuhi target target program PKH yakni sekitar 10%.

Berdasarkan hasil curah gagasan dengan KPM PKH dan wawancara dengan pihak terkait (kordinator dan Pendamping PKH), secara spesifik permasalahan yang mengemuka terkait rendahnya tingkat graduasi dari sisi program PKH adalah terbatasnya tenaga ahli untuk mendinamisir KPM baik dalam hal pemberian pengetahuan seperti pengetahuan wirausaha dan manajemen usaha, pembentukan sikap dan dalam hal peningkatkan keterampilan usaha. Selama ini, peran pendamping PKH cukup sibuk pada aspek kelancaran pemberian bantuan kepada KPM serta pendampingan kepada keluarga KPM PKH yang mengalami masalah pendidikan, kesehatan dan layanan untuk peningkatan kualitas kehidupan lainnya. Untuk peran pemberdayaan bagi kewirausahaan seperti mendorong untuk menggali ide usaha dan mengimplementasikan menjadi usaha nyata, atau mendorong usaha mikro yang sudah ada untuk naik kelas menjadi usaha kecil, peran ini cukup terbatas.

Sementara permasalahan dari sisi Kelompok Wirausaha Mikro KPM-PKH adalah:

- 1) semangat berwirausaha yang kadangkala mengalami fluktuasi terutama dalam masa pandemic ini dimana omzet usaha menurun drastis;
- 2) keterbatasan Modal untuk menambah volume usaha hal ini terjadi karena keterbatasan dalam hal pemupukan modal sendiri dan keterbatasan pengetahuan mengenai sumber pendanaan mikro yang dapat diakses

- oleh UMKM (inklusi keuangan rendah);
- 3) kurangnya pengetahuan mengenai manajemen usaha, terutama dalam hal bagaimana membuat usaha yang bersistem sehingga dapat memberikan penghasilan yang terus berkesinambungan, karena jika menilai dari tipe produk yang dihasilkan dan dijual oleh kelompok ini yaitu sarapan pagi usaha ini hanya dilakukan saat pagi hari, produk tidak tahan lama hanya bisa berlangsung hari itu saja, seperti lontong dan nasi lemak serta banyak saingan di tempat yang berdekatan. Jenis produk lain adalah snack dan cemilan, hampir semua produk yang dihasilkan seperti rempeyek, kue tusuk gigi, keripik Malaysia belum memiliki kemasan standar, merk belum memenuhi aspek kemasan komersil. Padahal produk ini memiliki potensi untuk dikembangkan karena rasa yang cukup enak, bentuk yang cukup menarik dan pangsa pasar cukup luas;
  - 4) kurang tanggap terhadap penerapan teknologi dalam mendukung perkembangan usaha. Hampir semua KPM PKH tidak memahami *digital marketing*, padahal wirausaha mikro ini umumnya memiliki Handphone dan android, mereka menggunakan *Whats-up* dan juga Instagram. Namun, belum memanfaatkannya untuk memasarkan produk kuliner mereka karena paradigma yang ada bahwa untuk sarapan pagi, pelanggan atau konsumen mesti datang ke tempat mereka untuk membeli produknya, kemasan produk masih ala kadar nya seperti di bungkus plastik atau kertas makanan dan belum didisain untuk dibawa pulang.

Dengan demikian secara garis besar maka permasalahan yang mengemuka dan berhasil diidentifikasi adalah masalah yang terkait dengan masalah pengetahuan, sikap dan keterampilan serta keterbatasan jaringan/akses untuk mendapatkan pendanaan bagi pengembangan usaha.

Permasalahan yang dihadapi oleh wirausaha mikro KPM PKH ini mesti dapat diatasi agar semangat wirausaha yang ada pada diri mereka terus terjaga dan usaha mereka dapat mengalami peningkatan. Dengan demikian, penting dan strategis dilakukan kegiatan untuk mengisi celah kekurangan yang ada pada program PKH dalam hal ketiadaan tenaga ahli untuk mendukung pemberian pengetahuan kewirausahaan dan keterampilan dalam berusaha sehingga dapat membantu dalam menyelesaikan sejumlah problem yang dihadapi oleh kelompok wirausaha mikro perempuan KPM-PKH di Kecamatan Jambi Timur Kota Jambi.

Terkait hal tersebut, maka solusi konkrit yang ditawarkan oleh Tim Pengabdian untuk menyelesaikan sejumlah permasalahan mitra tersebut benar-benar bersifat *bottom-up*, digali dari mitra pada saat curah gagasan dan disepakati bersama. Sehingga, solusi yang muncul berbasis pada problem yang dihadapi oleh mitra sehingga diharapkan berdampak senyatanya terhadap peningkatan penghasilan mitra dan pada gilirannya mendukung skema graduasi yang ditetapkan oleh program PKH.

Gambar 1  
Suasana Saat Curah Gagasan Menggali  
Masalah KPM PKH



Sumber: Dokumentasi Tim PPM FEB Universitas  
Jambi (2021)

### Solusi yang ditawarkan

Adapun solusi dan terget luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini secara spesifik adalah:

**Tabel 3.**  
Solusi dan Target Luaran

Solusi	Target luaran
1. Pelatihan mindset Kewirausahaan bagi Usaha Kuliner	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mitra memahami metode menjaga konsistensi semangat kewirausahaannya.</li> <li>Mitra memahami konsep membangun usaha kuliner yang bersistem.</li> </ul>
2. Pelatihan pemasaran dan Digital marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mitra memahami platform berbasis teknologi yang dapat dipergunakan untuk memasarkan produk dan jasanya serta mendesain strategi pemasaran yang tepat agar bisa unggul bersaing dengan tipe produk yang dihasilkan.</li> <li>Mitra mampu menggunakan platform whatsapp dan instagram dalam memasarkan produknya.</li> </ul>
3. Fasilitasi pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUBE)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Terbentuk KUBE yang dapat memperkuat posisi kelompok dalam hal akses pendanaan bagi UMKM kepada pihak eksternal atau program pemberdayaan lainnya.</li> <li>Meningkanya literasi keuangan pada kelompok mitra</li> </ul>

### METODE

Metode pelaksanaan kegiatan PPM ini didesain sesuai dengan solusi yang telah disepakati antara Mitra PPM dengan Tim PPM yaitu : 1) pelatihan paradigma (mindset) kewirausahaan bagi usaha kuliner; 2) pelatihan pemasaran dan *digital marketing*;

3) Fasilitasi pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUBE).

Untuk kegiatan pelatihan paradigma kewirausahaan dan Pelatihan *digital marketing*, metode yang diterapkan adalah metode *participant learning center* atau pelatihan partisipatif dimana peserta pelatihan terlibat aktif dalam keseluruhan proses pealtihan mulai dari pra-pelatihan hingga sampai pada tahapan evaluasi pelatihan (Quinn & Bunderson, 2016) Sementara untuk fasilitasi pembentukan KUBE menggunakan pendekatan *project based learning* (Kokotsaki et al., 2016) dimana materi dan aktivitas pendampingan diarahkan untuk pemecahan masalah yang dihadapi oleh mitra dan menemukan solusinya.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian dapat dilaksanakan seesuai dengan perencanaan. Adapun pelaksanaannya dapat diuraikan sebagai berikut,

#### Pelatihan Mindset Kewirausahaan bagi usaha kuliner.

Pelatihan ini bertujuan memberikan pengetahuan *paradigma* kewirausahaan dan dari materi ini mitra dapat memahami konsep membangun usaha kuliner yang bersistem. Sebagaimana dinyatakan oleh motivator internasional penulis buku *best seller the 8 Habits*, Steven Covey bahwa jika menginginkan perubahan kecil, maka yang mesti digarap atau diubah adalah perilaku, namun jika ingin perubahan besar dan mendasar, maka yang perlu digarap atau diubah adalah paradigmanya atau mindsetnya (Covey, 2005). Sejumlah hasil riset menguatkan hipotesis Covey dan mengungkap bahwa mindset kewirausahaan dapat meningkatkan minat berwirausaha (Hartaroe et al., 2016); dapat meningkatkan motivasi dan keterampilan kewirausahaan (Suaidy & Lewenusssa, 2019) serta mengubah perilaku kewirausahaan (Prastiwi et al., 2019; Dewi, 2017)



Materi ini dihantarkan dengan metode Ceramah, Curah gagasan (*Brainstorming*), permainan atau game (*Ice breaking*), serta diskusi. Hasil dari pemberian materi ini adalah: peserta bisa memahami dan membedakan mana usaha kuliner yang bersistem dan mana usaha kuliner yang tidak bersistem. Melalui usaha kuliner yang bersistem ini, pengusaha mikro kuliner dapat membangun asset bagi usaha kulinernya. Konsep membangun asset (*passive income*) ini pada awalnya banyak tidak dipahami oleh mitra. Menurut mereka semua jenis usaha itu sudah dikatakan membangun asset padahal posisinya saat ini masih pada posisi *active income* dimana pada saat ini mereka bergerak berusaha dan ada penghasilan mengalir, namun pada saat mereka tidak bergerak lagi, penghasilannya terhenti. Melalui materi ini, pemahaman mitra tentang asset yang bersistem dapat diluruskan. Dan pengusaha mikro ini mulai memikirkan cara bagaimana membangun sistem bagi usaha mereka meski usaha ini tergolong usaha mikro, dengan satu kata kunci bagaimana pengusaha mikro ini bisa jalan-jalan namun usaha dan penghasilannya tetap bisa berjalan.

### Gambar 2.

Suasana Saat Pelatihan Mindset  
Kewirausahaan



Sumber: Dokumentasi Tim PPM FEB Universitas  
Jambi (2021)

### Pelatihan *Digital Marketing*

Pelatihan digital marketing dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan kepada mitra mengenai

manajemen pemasaran berbasis digital sehingga dapat memperluas pangsa pasar untuk memasarkan produknya. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial (Sulaksono, 2020), dalam hal ini, mitra bisa memasarkan melalui media social, seperti whatsapp, go food dan aplikasi penjual makanan lainnya.

Pemberian materi ini didasarkan keberhasilan sejumlah program pengabdian terhadap usaha mikro kecil dan menengah dimana pemasaran digital menjadi strategi pemasaran terpadu usaha mikro (Ridwan et al., 2019)(Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, 2017), dapat meningkatkan volume penjualan industri rumahan (Pradiani, 2018), meningkatkan profit UMKM (Ayu et al., 2020) serta meningkatkan nilai produksi dan pemasaran Usaha mikro dari 45% menjadi 85% (Violinda et al., 2022)

Materi disesi ini mengenalkan dan menguatkan konsep produk, kemasan, iklan, dan konsep digital marketing seperti pembuatan konten dan iklan yang menarik, jam-jam utama untuk memposting iklan, tehnik mendata serta melayani konsumen dan pelanggan beserta dengan aplikasi yang digunakan. Pada materi ini sangat ditekankan bahwa tampilan produk UKM mesti ditata sedemikian rupa untuk diposting di media sosial, sehingga pada saat orang lain mau mencari produk di internet, maka calon konsumen bisa menemukan produk UKM tersebut di internet.

Metode yang digunakan untuk menyampaikan materi *digital marketing* adalah metode ceramah dan juga praktek langsung/simulasi. Melalui pelatihan ini, peserta mendapat pengetahuan tentang pemasaran dan konsep pemasaran digital serta terbangunnya kesadaran bahwa upaya pemasaran berbasis digital itu penting. Justru usaha kuliner mereka yang tergolong usaha kuliner dengan produk yang cepat

rusak (*perishable*) membutuhkan pemasaran yang cepat (*fast respond*) dan kedekatan tinggi dengan konsumen atau pelanggan. Dengan karakteristik ini, pemasaran berbasis *android* dapat digunakan oleh ibu-ibu penjual untuk mengkomunikasikan produknya kepada calon konsumen.

Penjual kuliner dapat menyapa satu persatu konsumen/pelanggannya melalui *whats up* baik dengan sistem antar langsung (*delivery*), atau bergabung dengan *go food* (gojek) atau *delivery food* (maxim). Sebagian diantara mitra pelatihan telah bergabung dengan gojek, sebagai lagi sudah memasarkan melalui *Whats app* dan mengadopsi sistem antar. Namun masih terdapat mitra pelatihan ibu-ibu yang tidak menggunakan Android/Hand Phone lama, sehingga mereka tidak terhubung dengan internet. Untuk hal ini, tim menyarankan meminta bantuan dan dukungan keluarga (anak atau keluarga muda lain yang literasi digitalnya baik) untuk melakukan kegiatan pemasaran (iklan, atau posting gambar) ke media sosial.

Selain itu, hanya sedikit peserta pelatihan yang memiliki merek produk, karena umumnya produk seperti lontong, nasi gemuk, nasi goreng dan empek-empek mash dijual di tempat. Untuk usaha mikro ini, oleh pelatih disarankan membuat merek/label produk dengan kandungan merek/label berupa kandungan produk serta no kontak usaha agar konsumen mudah menghubungi. Semua usaha mikro menyatakan sudah punya nama namun belum sempat, atau belum ada yang bisa membantu mendesain atau menuangkan idenya dalam bentuk gambar. Untuk usaha mikro kuliner yang sudah bergabung dengan *go food* semuanya sudah memiliki merek dagang dalam bentuk nama toko sesuai akun mereka. Hasil pelatihan ini menyepakati bahwa tim akan mengunjungi lokasi dagang peserta dan mengevaluasi merk produk yang dibuat oleh peserta yang belum memiliki merek produk baik yang akan dicantumkan di produk maupun merek tokonya/warungnya.

## Pembentukan Kelompok Usaha bersama

Kelompok Usaha Bersama yang juga disebut dengan KUBE merupakan salah satu program dari pemerintah yang bertujuan untuk mengentaskan masyarakat prasejahtera yang memiliki kemampuan serta kemauan untuk berwirausaha. KUBE juga bertujuan untuk melaksanakan kegiatan kesejahteraan sosial dan usaha ekonomi dalam semangat kebersamaan sebagai sarana untuk meningkatkan taraf kesejahteraan sosial terutama bagi perempuan sebagai nilai tambah bagi penghasilan keluarga.

Pembentukan KUBE berdasarkan pada pasal 4 Peraturan Menteri Sosial No. 2 Tahun 2019. Melalui program KUBE, individu atau kelompok usaha yang memiliki kemampuan usaha tapi tidak mendapatkan akses pasar dan modal dengan baik dapat terfasilitasi. Pembentukan KUBE KPM PKH ini dimaksudkan sebagai upaya untuk memperkuat posisi ibu-ibu pedagang melalui pembentukan kelompok Usaha bersama (KUBE) untuk dapat memudahkan pemupukan dana internal dan juga peluang mengakses pendanaan atau program pemberdayaan usaha mikro kecil lainnya.

Pendekatan KUBE diterapkan cukup banyak sebagai upaya strategis pemberdayaan ekonomi masyarakat seperti menangani kemiskinan (Roebyantho, 2013); pemberdayaan masyarakat pra sejahtera (Sari, 2008); meningkatkan potensi lokal (Nurmayanti et al., 2020) serta untuk pengembangan usaha mikro kecil (Yasin, 2015).

Pemupukan dana Internal KUBE berasal dari sumbangan para anggota, yang disepakati besarnya Rp. 25.000/bulan per orang. Dana ini akan dikelola oleh pengurus KUBE dan akan digulirkan kepada pedagang anggota KUBE Rp. 500.000/orang, yang bisa dicicil selama 10 bulan. KUBE akan dikelola dengan sistem syariah, sehingga tidak ada pengenaan bunga. Disepakati oleh anggota KUBE

bahwa dari setiap pinjaman dikenakan biaya administrasi sebesar Rp. 50.000/transaksi.

Disebabkan karena anggota KUBE tidak memahami prinsip syariah, maka anggota KUBE akan mempelajari keuangan syariah melalui Tim pengabdian dalam kegiatan lanjutan. Anggota KUBE juga akan melakukan konsultasi tentang perkembangan usaha secara periodik ke tim pengabdian.

## KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dengan judul penguatan usaha mikro menuju graduasi bagi perempuan wirausaha mikro penerima program keluarga harapan (PKH) di Kecamatan Jambi Timur telah selesai dilaksanakan. Sejumlah hal dapat disimpulkan dari hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu,

- 1) Wirausaha mikro penerima program keluarga harapan (PKH) yang merupakan ibu-ibu pedagang kuliner di Kecamatan Jambi timur yang terdiri dari 10 orang pedagang sangat antusias mengikuti kegiatan pelatihan yang diadakan yaitu pelatihan mindset wirausaha dan digital marketing. Antusiasme ini ditunjukkan melalui kedatangan tepat waktu, dan setiap peserta aktif mengikuti materi, curah gagasan, diskusi, *ice breaking*, Tanya jawab serta tugas pembuatan ide merek. Semua peserta mengikuti acara pelatihan hingga selesai. Selain itu, diluar acara pelatihan sejumlah peserta pelatihan aktif berkonsultasi terkait upaya mereka untuk melakukan praktek pemasaran melalui HP mereka dan meminta tim untuk berkunjung langsung ke lokasi usaha/warung mereka untuk memberi penilaian hal hal yang perlu ditingkatkan dari aspek pemasaran.
- 2) Pembentukan KUBE dimaksudkan sebagai upaya untuk memperkuat posisi ibu-ibu pedagang sehingga dapat memudahkan pemupukan dana internal dan juga peluang mengakses pendanaan

bagi usaha mikro kecil atau program pemberdayaan UMK lainnya

- 3) Graduasi peserta pelatihan dari PKH berproses sejalan dengan tingkat kemajuan usaha mereka, sehingga meski kegiatan PPM selesai dilaksanakan, peserta tetap berkonsultasi kepada tim terkait upaya untuk peningkatan dan kemajuan usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, I. D., Tantri, A., Martina, K., Putri, D., & Arya, I. P. (2020). Implementasi Digital Marketing Pada UMKM di Kabupaten Klungkung Dalam Meningkatkan Komoditas Profit. *Jurnal Pendidikan ...*, 12(2), 263–275. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/29305>
- Covey, S. R. (2005). *The 8th Habit: Melampaui Efektivitas Menggapai Keagungan* ((Free Pres). Gramedia Pustaka Utama.
- Dewi, L. R. (2017). Mindset Dan Perilaku Kewirausahaan Wanita Pengusaha Jasa Boga Di Yogyakarta. *Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Islam Indonesia*, 11(02), 1–21. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/6330/JURNAL.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Fiszbein, A and Schady, N. R. (2009). *Conditional Cash Transfers Reducing Present and Future Poverty*. ISBN: 978-0-8213-7352-1. <https://doi.org/10.1596/978-0-8213-7352-1>
- Hartaroe, B. P., Mardani, R. M., & Abs, M. K. (2016). *Pengaruh Mindset Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Angkatan 2018)*. 82–94.
- Kokotsaki, D., Menzies, V., & Wiggins, A. (2016). Project-based learning: A review of the literature. *Improving Schools*, 19(3), 267–277.



- <https://doi.org/10.1177/1365480216659733>
- Nurmayanti, S., Sakti, D. P. B., & Agustiani, E. (2020). Pembentukan Kelompok Usaha Bersama (Kube) Berbasis Potensi Lokal Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat. *Abdi Insani*, 7(2), 200–203. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v7i2.330>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Prastiwi, N. L. P. E. Y., Ningsih, L. K., & Suardika, K. (2019). Pola Pikir Dan Perilaku Kewirausahaan Umkm Di Buleleng, Bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 61. <https://doi.org/10.38043/jimb.v4i1.2159>
- Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. (2017). aatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (UMKM ). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Quinn, R. W., & Bunderson, J. S. (2016). Could We Huddle on This Project? Participant Learning in Newsroom Conversations. In *Journal of Management* (Vol. 42, Issue 2). <https://doi.org/10.1177/0149206313484517>
- Ridwan, I. M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati, & Sofyan, I. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 137–142. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Roebyantho, H. (2013). Kebijakan Penanganan Kemiskinan Melalui Kelompok Usaha Bersama (Kube). *Sosio Informa*, 18(2), 117–132. <https://doi.org/10.33007/inf.v18i2.68>
- Sari, P. (2008). Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat Prasejahtera. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 287.
- Suaidy, H., & Lewenussa, R. (2019). Pengaruh Pola Pikir (Mindset) Kewirausahaan Terhadap Motivasi Dan Keterampilan Wirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas .... *Sentralisasi*, 8, 1–17. <https://core.ac.uk/download/pdf/235993720.pdf>
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Violinda, Q., Setyorini, N., Indriasari, I., & Setiawati, I. (2022). Pengelolaan Bisnis Berbasis Digital pada Usaha Mikro “Dapur Umma” di Era New Normal. *Jurnal Surya Masyarakat*, 4(2), 186. <https://doi.org/10.26714/jsm.4.2.2022.186-192>
- Yasin, H. (2015). Upaya Strategis Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Kelompok Usaha Bersama (Kube). *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 5(1), 38. <https://doi.org/10.26858/jiap.v5i1.1064>