

Pengelolaan Keuangan dan Digital Marketing untuk Usaha Ecoprint Rumah Tangga Berbasis Kewirausahaan (*Financial Management and Digital Marketing for Entrepreneurship-Based Household Ecoprint Businesses*)

Retno Yuni Nur Susilowati^{1*}, Liza Alvia², Neny Desriani³, Syaharani Noer Fathia⁴, Rona Majidah⁵

Universitas Lampung, Lampung^{1,2,3,4,5}

retnoyunins@gmail.com^{1*}, lizaalvia.alvi@gmail.com², neny.desriani@feb.unila.ac.id³,

syaharani.noer@feb.unila.ac.id⁴, rona.majidah@feb.unila.ac.id⁵



Riwayat Artikel

Diterima pada 18 Oktober 2023

Revisi 1 pada 19 November 2023

Revisi 2 pada 22 Desember 2023

Revisi 3 pada 12 Januari 2024

Disetujui pada 18 Januari 2024

Abstract

Purpose: This community service aims to develop ecoprint creative fabric-making skills that involve the dyeing process with natural dyes and to improve understanding of financial management in a simple business for homemakers so that housewives can contribute to earning additional income.

Methodology: The activities carried out in this service activity are: socialization program, socialization is carried out by downloading representatives of housewives by explaining the objectives of the activity and plans for service activities. Training making ecoprints, this activity m conduct ecoprint skills training and accompany trainees to practice ecoprint techniques. To make ecoprints can be done through scouring on new fabrics, mordanting fabrics, proses ecoprint and fixation process.

Results/findings: As a result of the service, participants could make tablecloths and hijabs with the application of ecoprint skills. Participants were able to manage simple business finances. In contrast, service participants were motivated to start entrepreneurship and calculate the cost of goods sold to help improve the family economy.

Conclusion: Participants can make artisans' ecoprint fabrics by bringing up a new image of their designs and branding as environmentally friendly Muslim fashion craftsmen; participants can also calculate the cost of goods sold to sell prices with profits to improve the family economy.

Keywords: ecoprint, empowerment, financial management, Housewife

How to Cite: Susilowati, R, Y, N., Alvia, L., Desriani, N., Fathia, S, N., Majidah, R. (2024). Pengelolaan Keuangan dan Digital Marketing untuk Usaha Ecoprint Rumah Tangga Berbasis Kewirausahaan. *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 2(2), 73-83.

1. Pendahuluan

Kain *ecoprint* adalah salah satu model kain yang didesain menggunakan motif dan pewarnaan langsung dari bahan alam, seperti daun, ranting dan bunga (Salsabila & Ramadhan, 2018). Produk ini sedang mengalami masa populer dan memiliki harga ekonomis yang cukup tinggi. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan pada Kube Ecosiger Mandiri tentang pengembangan produksi, pengelolaan keuangan dan pemasaran digital yang mendukung usaha kreatif *ecoprint* yang melibatkan proses pewarnaan dengan pewarna alami. Dalam pelaksanaannya, kami tidak hanya memberikan materi pelatihan, namun juga melakukan pendampingan selama enam bulan. Dengan demikian, diharapkan pelatihan yang kami lakukan dalam diterapkan dan terbentuk sistem pengelolaan yang lebih baik terutama pada aspek produksi, keuangan, dan pemasaran. Sehingga Kube ini bisa menjadi salah satu sumber tambahan penghasilan bagi anggotanya yang merupakan keluarga

dari kelompok prasejahtera. Kegiatan pengabdian sebelumnya telah dilakukan di Desa Tanjung Agung, Kecamatan Teluk Pandan, Pesawaran pada bulan Juni 2022. Kegiatan ini mendapat Hibah PKMU BLU Universitas Lampung 2022. Kegiatan tersebut dipublikasikan dalam Jurnal Pemberdayaan Ekonomi (JPE) [ISSN: 2828-9471] Volume 2, No. 1, Februari 2022.

Ecoprint merupakan teknik pemodelan/memola pada media lain dengan menggunakan bahan-bahan alami. Teknik *ecoprint* yang banyak digunakan adalah dengan proses menyetuk (*pounding*) daun pada bahan kain dan mengukus (*steaming*) bahan kain yang telah dipola. Hasil akhir dari *ecoprint* akan menampilkan warna dan corak daun yang natural sesuai dengan warna dan corak aslinya (Susilowati et al., 2023). Hasilnya pun merupakan hasil yang unik dan berbeda satu dengan yang lain. Produk *ecoprint* adalah kombinasi dari teknik pewarnaan dan karya seni desain yang bernuansa ramah lingkungan (*eco-friendly*). Saat ini, tingkat kesadaran masyarakat dalam melestarikan lingkungan semakin tinggi, sehingga menciptakan trend gaya hidup yang ramah lingkungan. Hal ini untuk selanjutnya mendorong pengelolaan usaha yang berkonsep ramah lingkungan (Hikmah & Retnasari, 2021).

Sebagai kelanjutan dari pengabdian kepada masyarakat yang lalu, kami melihat prospek produk *ecoprint* ke depan cukup bagus baik dari sisi kelestarian lingkungan, kesehatan manusia, serta nilai ekonomi bagi masyarakat. Oleh karena ini itu kami ingin berkontribusi dalam pengembangan usaha *ecoprint*. Di Kota Bandar Lampung dan sekitarnya, sudah ada beberapa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memproduksi dan memasarkan *ecoprint*. Beberapa sudah cukup bagus dalam pengelolaannya, namun tidak sedikit pula yang masih merintis sehingga perlu perbaikan dan pengembangan. Salah satu yang masih terkategori merintis adalah Kelompok Usaha Bersama (Kube) Ecosiger Mandiri.

Kube Ecosiger Mandiri merupakan usaha bersama yang dirintis oleh Pendamping dan Keluarga Penerima Manfaat (KPM) Program Keluarga Harapan (PKH). Terbentuk pada saat pandemi tahun 2020 sebagai bentuk upaya untuk tetap berdaya di masa pandemi. Saat ini, Kube Ecosiger Mandiri beranggotakan 10 orang dengan Ketua Ibu Eka Seprianti. Selama dua tahun belakangan ini, Kube Ecosiger Mandiri sudah memiliki cukup banyak produk dengan bahan dasar *ecoprint*. Mulai dari sarung bantal, topi, *tote bag*, wadah tisu, hiasan, dan kain-kain batik *ecoprint* yang dijual per lembar. Para anggota Kube hampir semuanya menguasai proses produksi. Namun masih memerlukan pelatihan beberapa teknik *ecoprint* yang belum mereka kuasai. Selain itu, yang selama ini menjadi kendala bagi Kube Ecosiger Mandiri adalah aspek pemasaran dan pengelolaan keuangan. Oleh karena itu kami bermaksud untuk memberikan pelatihan dan pendampingan untuk pengembangan proses produksi, serta pemasaran khususnya pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Kewirausahaan

Istilah *entrepreneurship* diperkenalkan oleh pengusaha sekaligus ekonom Richard Cantillon melalui sebuah tulisan berjudul '*Essai Sur la Nature du Commerce en General*' pada tahun 1755. Kewirausahaan bisa diartikan hal-hal yg berkaitan menggunakan kemampuan seorang buat mengelola aktivitas usaha atau non usaha secara mandiri. Kewirausahaan adalah keterampilan kreatif dan inovatif yang digunakan sebagai landasan, kiat, dan sumber daya untuk menemukan peluang sukses (Asyifa, 2019). Untuk mencapai hal ini, tentu saja memerlukan pengetahuan bagaimana memanfaatkan peluang melalui peluang bisnis, keterampilan manajemen risiko yang memadai, dan keterampilan komunikasi dan manajemen untuk memobilisasi sumber daya manusia dan keuangan demi menghasilkan usaha yang memadai (Manuella Anwar et al., 2017).

Fungsi dari kewirausahaan dapat dilihat melalui dua pendekatan, yaitu mikro dan makro. Pada tataran mikro, kewirausahaan memiliki dua peran, yaitu sebagai penemu (*innovator*) dan perencana (*planner*). Pada tingkat makro, peran kewirausahaan adalah untuk menciptakan kemakmuran, pemerataan kekayaan dan kesempatan kerja, yang bertindak sebagai mesin pertumbuhan ekonomi suatu negara (Khamimah, 2021).

Menurut Ariani (2021) keunggulan individu kewirausahaan (mikro dan makro), yaitu:

1. Mengendalikan kemampuan diri

Proses membangun usaha menuju kesuksesan membutuhkan kerja yang cukup dan jangka panjang dengan risiko yang cukup. Dalam jangka panjang, kemampuan untuk memeriksa apa yang telah dilakukan dan apa yang telah dilakukan dan keterampilan kewirausahaan akan terbentuk.

2. Memanfaatkan potensi dan membawa perubahan

Banyak pengusaha bekerja atau berbisnis karena mereka melihat peluang dan prospek saat ini karena mereka melihat peluang saat ini dan prospek masa depan.

3. Dapatkan keuntungan finansial tanpa batas

Meskipun keuntungan finansial terkadang bukan motivasi utama untuk melakukan bisnis, keuntungan finansial merupakan faktor penting dalam kelangsungan dan pertumbuhan bisnis.

4. Berkontribusi kepada masyarakat dan memperoleh pengakuan atas kegiatan kewirausahaan merupakan bagian integral dari masyarakat. Pengusaha pada umumnya ingin dihormati, dilihat sebagai bagian dari kehidupan masyarakat setempat.

2.2 Laporan Keuangan

2.2.1 Pengertian Laporan Keuangan

Media yang dapat dipakai untuk meneliti kondisi kesehatan perusahaan adalah laporan keuangan. Laporan keuangan berisikan data-data yang menggambarkan keadaan keuangan suatu perusahaan dalam suatu periode tertentu sehingga pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perkembangan suatu perusahaan dapat mengetahui keadaan keuangan dari laporan keuangan yang disusun dan disajikan oleh perusahaan. Pihak-pihak yang berkepentingan terhadap laporan keuangan antara lain para pemilik perusahaan, manajer perusahaan yang bersangkutan, para kreditor, bankers, investor, karyawan, dan masyarakat (Fitriani, 2021).

Laporan keuangan menggambarkan kondisi keuangan dan hasil usaha suatu perusahaan pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu. Adapun jenis laporan keuangan yang lazim dikenal adalah Laporan Posisi Keuangan (Neraca), Laporan Laba Rugi, Laporan Arus Kas dan Laporan Perubahan Posisi Keuangan.

Laporan keuangan memberikan ikhtisar mengenai kondisi keuangan suatu perusahaan, yang dalam hal ini laporan posisi keuangan/neraca menggambarkan aset nilai hutang, dan modal sendiri pada suatu saat tertentu dan laporan laba/rugi menggambarkan hasil penjualan yang dicapai selama periode tertentu biasanya dalam satu tahun (Rahmayuni, 2017).

2.2.2 Tujuan Laporan Keuangan

Tujuan laporan keuangan adalah sebagai berikut (Pongoh, 2013):

- a. Menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.
- b. Laporan keuangan disusun untuk memenuhi kebutuhan bersama oleh sebagian besar pemakainya, yang secara umum menggambarkan pengaruh keuangan dari kejadian masa lalu.
- c. Laporan keuangan juga menunjukkan apa yang dilakukan manajemen atau pertanggungjawaban manajemen atas sumber daya yang dipercayakan kepadanya.

Laporan keuangan digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan perusahaan saat ini dan untuk memperkirakan hasil operasi serta arus kas di masa depan. Dari pengertian di atas tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi keuangan yang dapat dipercaya mengenai sumber-sumber ekonomi dan kewajiban serta modal suatu perusahaan (Bahri et al., 2023).

2.3 Fungsi-Fungsi Manajemen

Untuk mencapai keberhasilan perusahaan, pelaku usaha harus secara efektif melakukan fungsi dasarnya, yaitu perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian (Riniwati, 2016):

a. Perencanaan

Perencanaan dapat dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu perencanaan strategis, perencanaan jangka panjang, dan perencanaan jangka pendek. Perencanaan sangat penting dan mutlak dilakukan oleh manajemen untuk mencapai keberhasilan perusahaannya, baik perusahaan besar maupun kecil.

b. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan penyusunan rerangka kerja yang harus dipenuhi oleh setiap individu yang ada di dalam perusahaan dalam menjalankan kegiatannya. Pengorganisasian dilakukan oleh manajemen dengan mengatur kerja sama antarunit dalam suatu perusahaan. Manajemen juga memberi wewenang dan tanggung jawab kepada tiap individu yang ada di perusahaan.

c. Pengendalian

Pengendalian adalah usaha sistematis yang dilakukan manajemen untuk mencapai tujuan secara efisien dan efektif. Pengendalian dilaksanakan dengan membandingkan kinerja dengan rencana dan mengambil tindakan yang perlu untuk menghilangkan berbagai penyimpangan. Perencanaan dan Pengendalian merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Meskipun keduanya sering disebut sendiri-sendiri, tetapi itu hanya untuk tujuan pembahasan teoretis. Pada kenyataannya, perencanaan dan pengendalian menjadi satu dan dilaksanakan sejak suatu kegiatan mulai direncanakan hingga selesai dilaksanakan.

2.4 Perencanaan Keuangan

Perencanaan sangat bermanfaat untuk mengarahkan dan mengendalikan keuangan (aliran kas) suatu organisasi. Perencanaan tersebut mencakup tujuan yang ingin dicapai, analisis perbedaan antara tujuan tersebut dengan kondisi saat ini dan alternatif tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut dengan mendasarkan pada kondisi saat ini. Perencanaan keuangan sangat terkait dengan strategi perusahaan, karena itulah perencanaan keuangan (terutama jangka panjang) dilakukan bersama sama dengan penyusunan rencana strategis perusahaan. Perencanaan strategis merupakan upaya yang dilakukan secara sadar untuk mempengaruhi posisi perusahaan dalam persaingan, baik untuk masa kini dan terutama masa yang akan datang (Sonatasia et al., 2020).

2.5 Digital Marketing

Aryani (2021) mendefinisikan pemasaran digital sebagai hasil evolusi pemasaran. Evolusi terjadi ketika perusahaan menggunakan saluran media digital untuk sebagian besar pemasaran. Saluran media digital dapat diatasi dan diizinkan percakapan terus menerus, dua arah, dan pribadi antara pemasar dan konsumen. Adapun menurut Hardana et al. (2022) pemasaran digital adalah praktik mempromosikan produk dan layanan menggunakan saluran distribusi digital.

Pemasaran digital (*digital marketing*) menurut Rauf (2021) adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. Mereka juga berpendapat bahwa *e-marketing* merupakan bagian dari *e-commerce*. Digital atau iklan online telah mengalami pertumbuhan yang fenomenal sejak didirikan pada tahun 1994 (L. A. Putri et al., 2022).

Internet telah menjadi media periklanan yang paling cepat berkembang dalam dekade ini (Putri, 2023). Sejalan dengan berkembangnya internet, muncul pemahaman baru mengenai paradigma pemasaran berupa konsep pemasaran modern berorientasi pasar/konsumen atau revolusi pemasaran berupa *electronic marketplace* (Sutejo, 2006). Sutejo (2006) juga menyatakan bahwa dalam konteks bisnis, internet membawa dampak transformasional yang menciptakan paradigma baru dalam bisnis, berupa *Digital Marketing*. Jika dulu dikenal model interaksi bisnis tradisional yang bersifat *face to face*, maka kini model interaksi itu telah berkembang ke arah interaksi modern berbasis elektronik atau *e-commerce* yang *faceless*, yakni *Business to Business* (B2B), *Business to Customer* (B2C) dan *Customer to Customer* (C2C) dengan target akhir melayani *Segment of One* (Fitriyana, 2011).

Menurut Febriyantoro & Arisandi (2018) di dunia yang didorong oleh teknologi saat ini, situs jaringan sosial telah menjadi jalan di mana pengecer dapat memperluas pemasaran mereka ke konsumen yang lebih luas. Salah satu tantangan utama yang harus dihadapi oleh pemasar adalah untuk mengetahui bagaimana membujuk seseorang dan bagaimana membuat cara agar menarik dan mempertahankan

calon pelanggan. Masalah ini dapat dengan mudah diselesaikan dengan membuat atau memungkinkan pelanggan untuk berinteraksi atau berbicara tentang mereka melalui penggunaan media digital. Pemasaran digital menjadi penting karena dengan demikian pelanggan dapat dengan mudah mengakses informasi produk dan bahkan bertukar pendapat sebelum membuat keputusan penjualan. Saluran seperti jejaring sosial atau kata lain sosial media telah memungkinkan pedagang untuk mengakses audiens yang besar dengan siapa mereka dapat berbagi pendapat dan ulasan produk mereka. *Digital marketing* merupakan salah satu strategi pemasaran yang umumnya digunakan untuk mempromosikan barang dan jasa kepada pelanggan dengan memanfaatkan berbagai saluran distribusi. Melalui sosial media, pembeli dapat memperoleh informasi kapan saja dan yang dalam hal ini pun mereka butuhkan. Dengan jumlah pengguna sosial media yang banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi UMKM untuk mengembangkan pasarnya dalam genggaman *smartphone*.

3. Metodologi penelitian

3.1 Metode dan Tahapan Pelaksanaan

Metode dan tahapan kegiatan yang dilaksanakan untuk memecahkan permasalahan di atas adalah sebagai berikut. Tahapan pertama adalah sosialisasi program. Sosialisasi dilaksanakan dengan mengundang perwakilan ibu rumah tangga. Sosialisasi ini berisi pemaparan tujuan kegiatan dan rencana kegiatan pengabdian. Tahapan kedua adalah pelatihan pembuatan *ecoprint*. Hal ini dilakukan dengan memberikan pelatihan keterampilan *ecoprint* dan mendampingi peserta pelatihan untuk mempraktikkan teknik *ecoprint*. Tahapan terakhir adalah pelatihan kewirausahaan dan pengelolaan keuangan. Pemaparan manfaat wirausaha ditujukan untuk menambah penghasilan dan pelatihan pengelolaan keuangan rumah tangga.

3.2 Prosedur Pelaksanaan

Prosedur pelaksanaan yang dilakukan untuk mendukung realisasi dari metode yang dipaparkan pada pengabdian ini dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi kegiatan. Pertama, tahapan persiapan dilakukan dengan cara menganalisis kondisi/survey aktivitas rutin dan waktu luang ibu rumah tangga; mengirimkan surat permohonan izin pelaksanaan kegiatan kepada perangkat desa; mengidentifikasi peserta pengabdian; mengundang ibu rumah tangga peserta pengabdian; melakukan pemaparan rencana kegiatan; dan melakukan koordinasi penyusunan jadwal kegiatan. Berikutnya, tahapan pelaksanaan dilakukan dengan tiga hal, yaitu pemaparan konsep dan manfaat wirausaha; pelatihan pengelolaan keuangan rumah tangga; dan pelatihan pemasaran digital. Terakhir, tahapan evaluasi kegiatan, yang dilakukan dengan cara melakukan penilaian terhadap antusiasme peserta dalam kegiatan pelatihan; dan melakukan penilaian pemahaman peserta pengabdian terkait pengelolaan keuangan rumah tangga dan pemasaran digital pada industri *ecoprint*.

3.3 Pihak-pihak yang Terlibat

Pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan pengabdian ini ada tiga, yaitu tim pengusul PKM, perangkat desa, dan peserta pengabdian. Tim pengusul PKM adalah dosen pengusul, yang melibatkan mahasiswa aktif. Adapun perangkat desa dan sekaligus peserta pengabdian yang dimaksud dalam kegiatan ini adalah pihak Kube Ecosiger Mandiri, dan PKH Dinas Sosial, Kota Bandar Lampung. Peserta kegiatan pengabdian ini adalah ibu rumah tangga yang menjadi anggota Kube Ecosiger Mandiri, Bandar Lampung. Para peserta berjumlah 10 orang yang merupakan ibu rumah tangga yang memiliki keinginan dan semangat untuk meningkatkan kemampuan *soft-skill* dan *hard-skill*.

3.4 Partisipasi Mitra

Partisipasi yang dilakukan mitra pada pelaksanaan pengabdian ini adalah sebagai berikut, yaitu memfasilitasi tempat pelatihan; mengundang masyarakat sebagai peserta dari kegiatan; dan memantau antusiasme peserta dan mengevaluasi hasil kegiatan pengabdian. Tempat pelatihan *Ecoprint* Tim Pengabdian Masyarakat Unila dan KuBe Ecosiger Mandiri dilakukan pada hari Jumat, 26 Mei 2023 bertempat di Jati Agro Farm, Kabupaten Lampung Selatan.

(<https://maps.app.goo.gl/aREpDx5RJhLWA7>).

3.5 Evaluasi Pelaksanaan Program dan Keberlanjutan Program

Evaluasi pelaksanaan pengabdian ini akan dilakukan dalam tiga bentuk, yaitu evaluasi awal, evaluasi proses dan evaluasi akhir kegiatan. Evaluasi awal akan dilakukan pada tahap persiapan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran tentang kondisi dasar pengetahuan dan pemahaman peserta pengabdian. Evaluasi proses akan dilakukan pada tahap pelatihan pengelolaan keuangan rumah tangga dan pemasaran digital. Indikator keberhasilan dari kegiatan ini adalah peserta memiliki pengetahuan tentang pengelolaan keuangan rumah tangga dan pemasaran digital. Evaluasi akhir kegiatan dilakukan pada akhir program kegiatan untuk mengetahui tingkat antusias dan pemahaman peserta pengabdian terhadap pelaksanaan pelatihan pengelolaan keuangan rumah tangga dan pemasaran digital. Indikator keberhasilannya adalah tingginya motivasi menggunakan media sosial dan *marketplace platform* sebagai sarana pemasaran.

3.6 Jenis kepakaran yang diperlukan

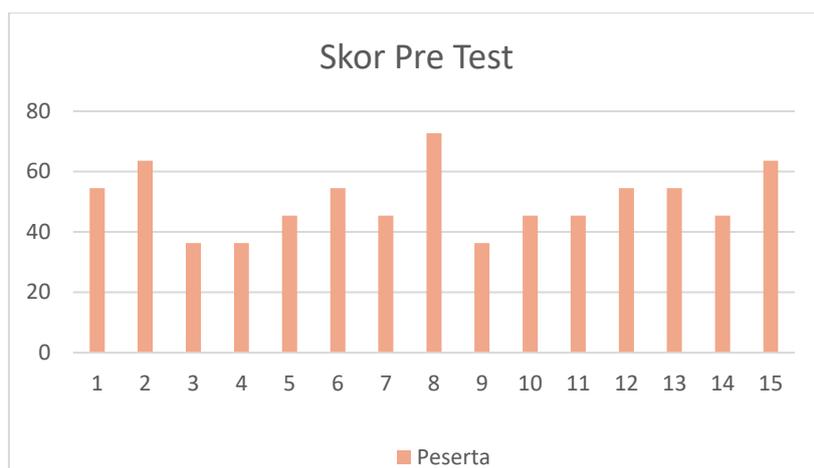
Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan mitra, maka diperlukan kepakaran tim untuk menyelesaikan dan memberikan solusi melalui kegiatan pengabdian ini. Untuk memastikan kelancaran kegiatan ini, maka dibutuhkan keahlian tim yang relevan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi. Oleh karena itu kepakaran ilmu yang dibutuhkan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini terletak pada bidang akuntansi, manajemen, dan kewirausahaan. Bidang akuntansi bertugas menyusun rancangan model dan analisis manajemen usaha serta melakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait. Selain itu, bidang akuntansi bertugas menyusun perencanaan program dan mengkoordinasi pelatihan pengelolaan keuangan bisnis rumah tangga. Bidang manajemen bertugas mengkoordinasi pelatihan pemasaran digital. Adapun bidang kewirausahaan bertugas mempersiapkan peralatan pelatihan dan membantu pelaksanaan pelatihan pengelolaan keuangan bisnis sederhana dan mempersiapkan materi dan mendampingi pelatihan pemasaran digital.

4. Hasil dan pembahasan

4.1 Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan *ecoprint* dilaksanakan bersama dengan mitra pada hari Jumat, 26 Mei 2023, sedangkan kegiatan pendampingan pengelolaan keuangan dan pendampingan pemasaran digital diadakan pada tanggal 1-2 Agustus 2023. Tahapan awal kegiatan pengabdian ini adalah sosialisasi program. Sosialisasi ini berisi pemaparan tujuan kegiatan dan rencana kegiatan pengabdian. Kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan yaitu antara lain: 1) bersama mitra mensosialisasikan kepada anggota Kube Ecosiger Mandiri mengenai bentuk kegiatan terkait *ecoprint* yang akan dilaksanakan di *Agro Farm*, Lampung Selatan, 2) bersama mitra mengundang perwakilan ibu rumah tangga untuk meminta kesediaan sebagai peserta pengabdian, dan 3) mempersiapkan alat dan bahan yang akan digunakan untuk pelatihan pembuatan kain *ecoprint*.

Tahap yang kedua adalah pelatihan pembuatan *ecoprint* dengan mendampingi peserta pelatihan untuk mempraktikkan teknik *ecoprint*. Teknik yang digunakan pada kegiatan PKM ini adalah teknik *steam*, yang merupakan lanjutan dari teknik sebelumnya, yaitu *pounding*. Dari penjelasan cara mounting lalu tahapan membuat *ecoprint* di atas kain serta menjelaskan alat dan bahan yang akan digunakan. Pembuatan *ecoprint* diaplikasikan pada kain panjang, yang selanjutnya dapat dibentuk menjadi taplak meja, jilbab, tempat tissue, *pouch* dan celemek. Pada tahapan ini peserta terlihat sangat antusias dan memahami materi yang diberikan. Hal ini terlihat dari *ecoprint* yang dihasilkan menjadi produk yang bagus dan memiliki nilai jual. Untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan peserta terhadap materi kegiatan yang akan dilaksanakan maka dilakukan evaluasi berupa *pre-test* kepada peserta sebelum proses pelatihan *ecoprint* dan pengelolaan keuangan sederhana dimulai. *Pre-test* ini merupakan bentuk dari evaluasi awal yang dilaksanakan dengan cara diberikan kuesioner dengan 7 (tujuh) pertanyaan sehubungan dengan materi sosialisasi yang diberikan yaitu tentang (1) pengetahuan peserta tentang pewarna bahan tekstil, (2) pengetahuan tentang akibat bahan tekstil di buang dalam lingkungan, (3) pengetahuan jika bahan tekstil dibuang ke sungai, (4) mengetahui pewarna alami untuk digunakan dalam pewarnaan kain, (5) pengetahuan mewarnai kain dengan pewarna tekstil bahan alami, (6) pengetahuan tentang istilah *Eco-printing*, (7) pertanyaan tentang minat menjadi perajin dan pengusaha *Ecoprinting* (8) pengertian wirausaha (9) pengertian laporan keuangan (10) menghitung harga jual suatu produk dan (11) menghitung laba/rugi dari penjualan (kuesioner *pre-test* terlampir).



Gambar 1. Grafik Skor *Pre-Test*

Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa hanya 13% dari peserta yang mampu menjawab pertanyaan dengan nilai di atas 60. Sedangkan 87% lainnya mendapatkan nilai di bawah 60. Hasil evaluasi ini diperoleh dari hasil pembagian dari jawaban benar dengan total pertanyaan dikalikan 100. Skor yang diperoleh peserta mengindikasikan bahwa peserta belum mengetahui informasi terkait teknik dari *ecoprint* dan bagaimana berwirausaha serta menghitung harga pokok penjualan dan membuat laporan keuangan sederhana. Tahap yang ketiga adalah pelatihan kewirausahaan dan pengelolaan keuangan dengan cara pemaparan manfaat wirausaha untuk menambah penghasilan dan pelatihan pengelolaan keuangan sederhana, cara menghitung harga pokok penjualan. Setelah narasumber selesai menyampaikan materi dibuka forum tanya jawab dan diskusi mengenai materi yang telah disampaikan. Pada tahapan pelatihan pengelolaan keuangan peserta juga antusias dalam menerima materi.

Evaluasi yang kedua yaitu evaluasi proses yang salah satunya dengan membandingkan jumlah undangan yang disebar dengan jumlah peserta yang hadir. Peserta yang diundang sebanyak 10 peserta yang merupakan anggota Kube Ecosiger Mandiri. Semua peserta hadir dan bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pengabdian. Selama kegiatan pengabdian berlangsung, seluruh peserta memiliki komitmen yang kuat dengan kehadiran mengikuti tahapan kegiatan yang diberikan oleh tim. Peserta juga menyelesaikan tugas pembuatan *ecoprint* yang diberikan pada saat awal kegiatan. Selain itu, evaluasi proses juga dilakukan dengan melihat tanggapan khalayak sasaran melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan ataupun umpan balik yang diberikan dalam diskusi. Terlihat sekali antusiasme dari peserta yang dalam hal ini mereka ingin mendapatkan pelatihan *ecoprint* ini dan keinginan yang kuat untuk berwirausaha.

4.2 Indikator Tercapainya Tujuan

Tercapainya tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlihat dari keberhasilan peserta pengabdian yang mampu membuat kain panjang yang selanjutnya dikreasi menjadi taplak meja, hijab, *tote bag*, celemek, tempat tissue dan pouch dengan aplikasi keterampilan *ecoprint*. Adapun indikator kedua yaitu peserta mampu mengelola keuangan bisnis sederhana yang dalam hal ini peserta pengabdian termotivasi untuk memulai berwirausaha dan mampu menghitung harga pokok barang yang akan dijual sehingga mampu membantu meningkatkan perekonomian keluarga.

4.3 Fokus Utama Kegiatan

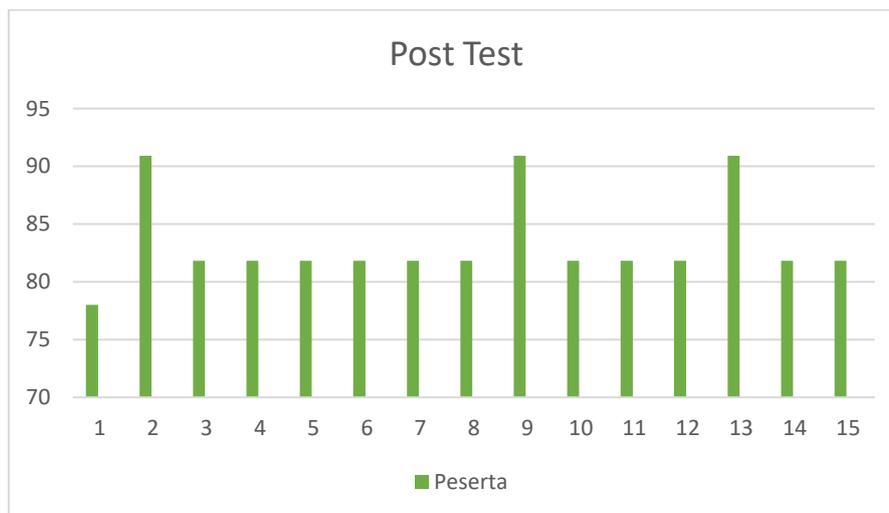
Dalam kegiatan ini fokus utamanya adalah peningkatan perekonomian keluarga melalui ekonomi kreatif yaitu kain atau hijab dengan menggunakan proses *ecoprint*. Hal ini ditujukan agar ibu-ibu rumah tangga memiliki keterampilan dan pengetahuan dalam pelaksanaan proses *ecoprint* dan juga dijelaskan bagaimana cara berwirausaha melalui cara pengemasan barang, cara pemasaran dan menghitung harga pokok penjualan agar mereka mendapatkan keuntungan dari barang yang dijual dan pemesanan yang terus bertambah.

4.4 Peluang Pengembangan Ke depan

Hasil dari produk-produk *ecoprint* yang sudah layak dijual dapat menjadikan peluang usaha yang menjanjikan terlebih lagi desa tersebut yang merupakan desa budaya dan desa wisata, sehingga bisa menarik wisatawan datang. Konsep *ecoprint* ini menghasilkan produk yang bersifat personal, terbatas, intim dan eksklusif dibanding menggunakan digital print yang hasilnya cenderung konsisten secara visual, efisien waktu, dan dapat diproduksi secara massal. Selain itu, perajin dapat memunculkan image baru terhadap rancangannya sekaligus branding sebagai perajin fashion Muslimah ramah lingkungan. Bahan, proses dan produk yang dihasilkan memiliki keunggulan dan daya tahan dari segi kualitas, estetika dan etika. Selain produk-produk yang telah dibuat, ke depannya mereka dapat mengembangkan keterampilan ini menjadi berbagai produk seperti baju, tas laptop, mukena dan lainnya.

4.5 Evaluasi Kegiatan

Evaluasi akhir dilakukan dengan memberikan *post-test* kepada peserta yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang sama yang telah diberikan pada saat *pre-test*. Berdasarkan hasil perhitungan, terjadi perbedaan skor *pre-test* dan *posttest*. Skor nilai *post-test* dibandingkan dengan skor nilai *pre-test* menghasilkan nilai yang lebih tinggi (tabulasi nilai *pre-test* dan *posttest* peserta pengabdian terlampir). Maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam pembuatan *ecoprint* dan terjadi peningkatan pengetahuan terhadap konsep kewirausahaan serta menghitung harga pokok penjualan agar dapat membantu meningkatkan perekonomian keluarga ibu-ibu anggota Kube Ecosiger Mandiri. Hasil post-tes didapatkan kenaikan nilai yang signifikan yaitu 93% peserta mendapatkan nilai di atas 80 dan hanya 7% peserta yang mendapatkan nilai 78. Apabila terjadi peningkatan pengetahuan lebih dari 80% peserta, maka kegiatan pelatihan dianggap berhasil meningkatkan pengetahuan peserta, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan peserta mengenai pelatihan *ecoprint*, kewirausahaan dan pelaporan keuangan ini berhasil.



Gambar 2. Grafik Skor *Post Test*

Tim pengabdian juga melakukan survey indeks kepuasan peserta dan mitra yang dilaksanakan setelah dilakukannya kegiatan pengabdian dengan tujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kinerja tim dan sebagai bahan untuk umpan balik dalam rangka peningkatan kualitas kegiatan pengabdian selanjutnya. Survey ini juga bertujuan untuk melakukan penelusuran terhadap kepuasan peserta pengabdian dan untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan proses kegiatan pengabdian. Teknik analisis data diperoleh dari penyebaran kuesioner yang diisi oleh peserta dan mitra dan diolah dengan menggunakan teknik persentase. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan 9 pertanyaan yang diukur dengan skala Likert (angka 1 = Tidak Puas, 2 = Kurang Puas, 3 = Cukup Puas, 4 = Puas, dan 5 = Sangat Puas). Indikator yang digunakan dalam kuesioner adalah: 1) Metode penyampaian materi, 2) Pelayanan terhadap peserta, 3) Pola komunikasi, 4) Waktu pelaksanaan, 5) Manfaat kegiatan, 6) Kemampuan pemberdayaan masyarakat, 7) Kesesuaian dengan kebutuhan masyarakat, 8) Hasil yang diterima masyarakat, dan 9) Keberlanjutan kegiatan.

Tabel 1. Hasil Survey Kepuasan Mitra

No.	Indikator	Tidak Puas	Kurang Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas
1	Metode penyampaian materi	-	-	6%	18%	76%
2	Pelayanan terhadap peserta	-	-	6%	6%	88%
3	Pola komunikasi	-	-	6%	12%	82%
4	Waktu pelaksanaan	-	-	-	6%	94%
5	Manfaat kegiatan	-	-	-	6%	94%
6	Kemampuan pemberdayaan masyarakat	-	-	-	-	100%
7	Kesesuaian dengan kebutuhan masyarakat	-	-	-	6%	94%
8	Hasil yang diterima masyarakat	-	-	6%	12%	82%
9	Keberlanjutan kegiatan	-	-	-	-	100%

Tabel 1 menunjukkan hasil survey terhadap kepuasan mitra/peserta pada pelaksanaan pengabdian masyarakat. Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh 10 orang peserta dan 5 mitra pengabdian, tim memperoleh hasil bahwa sebagian besar peserta dan mitra merasa **Sangat Puas** terhadap kinerja pelaksana pengabdian.

4.6 Dokumentasi Kegiatan

Dokumentasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat *ecoprint* kerja sama dengan Kube Ecosiger Mandiri secara lengkap dapat dilihat pada link berikut:

https://drive.google.com/drive/folders/1EFx9mW8y9iEgDvEgi8-4vV2rx_8NZVmu?usp=sharing

5. Kesimpulan

Ecoprint merupakan teknik mewarnai dan memberi motif pada kain menggunakan bahan-bahan alam seperti bunga, daun, batang, akar atau bagian tumbuhan yang memiliki pigmen warna. teknik *ecoprint* dapat dikreasikan dan di inovasi menggunakan bahan apapun yang ada di alam yang memiliki pigmen warna. Ibu rumah tangga yang tergabung dalam Kube Ecosiger Mandiri, Bandar Lampung memiliki keinginan dan semangat untuk mengisi waktu senggang mereka dengan membuat hijab menggunakan teknik *ecoprint* yang dapat diperjualbelikan dan memiliki keunggulan estetika serta keunikan tersendiri. Saat ini semakin banyak masyarakat yang peduli dengan lingkungan, sehingga produk-produk ramah lingkungan semakin digemari. Hal ini menjadikan produk *ecoprint* bisa menjadi alternatif usaha di bidang fashion yang menjanjikan. *Ecoprint* juga sebagai usaha mewujudkan *ecofashion* yang mengurangi limbah cair berbahaya yang dihasilkan dari pewarna sintetis. Selain produk-produk yang telah dihasilkan selama kegiatan pengabdian ini, ke depan peserta dapat mengembangkan keterampilan ini menjadi berbagai produk seperti baju, mukena dan lainnya. Juga dibutuhkan pelatihan lanjutan mengenai teknik pewarnaan pada hasil karya *ecoprint* ini agar bisa menggunakan warna dasar selain warna putih.

Ucapan Terima Kasih

Ucapkan terima kasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Lampung yang telah mendanai kegiatan ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada tim Pengabdian kepada Masyarakat Unila dan pihak Ecosiger Mandiri, Bandar Lampung, Provinsi Lampung.

Referensi

- Ariani, W. (2021). *Pengertian Dasar Bisnis Kewirausahaan Dan Lingkungan Bisnis*. Fatmasari Media.
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary: Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 9(1), 22–32.
- Asyifa, Z. (2019). *Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Mikro Di Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep)*. Universitas Negeri Makassar.
- Bahri, D. Y., Epi, Y., & Siregar, I. H. (2023). Implementasi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Dan Menengah (SAK EMKM) Terhadap Laporan Keuangan. *Investasi: Inovasi Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 31–37.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76.
- Fitriani, Y. (2021). Analisa Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Online Sebagai Media Untuk Mengelola Atau Memanajemen Keuangan. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 5(2), 454–461.
- Fitriyana, N. (2011). *Komparasi Hasil Penjualan Pemasaran Konvensional Dan Modern (Pada PT. Trikonsel Oke)*.
- Hardana, A., Damisa, A., & others. (2022). Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner. *Medani: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 16–22.
- Hikmah, A. R., & Retnasari, D. (2021). Ecoprint sebagai alternatif peluang usaha fashion yang ramah lingkungan. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 16(1).
- Khamimah, W. (2021). Peran kewirausahaan dalam memajukan perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 228–240.
- Manuella Anwar, R., CS Magdalena, F., Widjaja, D., Frederica, D., Colline, F., Siswanto, B., Wahyoedi, S., Desy Purnama, E., Tecoalu, M., & Sarpaso, S. (2017). *Spirit of Entrepreneurship: Sikap Mental*.
- Pongoh, M. (2013). Analisis Laporan Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan PT. Bumi Resources Tbk. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Putri, L. A., Wulan, M. N., Fihartini, Y., Ambarwati, D. A. S., & Pandjaitan, D. R. H. (2022). Pendampingan Pengembangan Pemasaran Digital Pada BUMDes Artha Jaya, Desa Yogyakarta Selatan. *Jurnal Nusantara Mengabdi*, 2(1), 55–66.
- Putri, Y. M. A. (2023). Pergeseran Media Periklanan Indonesia Di Era Digital. *Jurnal Lensa PISSN*, 854, 7904.
- Rahmayuni, S. (2017). Peranan Laporan Keuangan dalam Menunjang Peningkatan Pendapatan Pada UKM. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 1(1), 93–99.
- Rauf, A. (2021). Pengertian digital marketing. *Digital Marketing: Konsep Dan Strategi*, 1(2).
- Riniwati, H. (2016). *Manajemen sumberdaya manusia: Aktivitas utama dan pengembangan SDM*. Universitas Brawijaya Press.
- Salsabila, B., & Ramadhan, M. S. (2018). Eksplorasi teknik eco print dengan menggunakan kain linen untuk produk fashion. *EProceedings of Art & Design*, 5(3).
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 11–25.
- Susilowati, R. Y. N., Syaipudin, U., Desriani, N., Asmaranti, Y., Kesumaningrum, N. D., & Tubarad, C. P. T. (2023). Pengembangan Potensi Ibu Rumah Tangga Berbasis Kewirausahaan Ecoprint dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Keluarga. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 2(1), 9–19.
- Sutejo, B. S. (2006). Internet marketing: konsep dan persoalan baru dunia pemasaran. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 6(1), 41–56.

Website:

- <https://apahabar.com/2021/09/tas-ecoprint-karya-dian-rinawati-di-hst-eksklusif-dan-kontemporer/>. Diakses pada tanggal 2 Maret 2020.
- <https://www.arifahwulansari.com/2020/02/ecoprint-batik-kontemporer-nan-ekskusif-dan-ramah-lingkungan/>. Diakses pada tanggal 2 Maret 2020.

<https://fitinline.com/article/read/7-langkah-mudah-membuat-kain-batik-dengan-teknik-eco-print-yang-bisa-anda-coba/>. Diakses pada tanggal 2 Maret 2020.

<https://mediacenter.slemankab.go.id/batik-ecoprint-kontemporer-unik-dan-ramah-lingkungan/>. Diakses pada tanggal 2 Maret 2020.

<https://radarsolo.jawapos.com/entertainment/lifestyle/17/07/2021/handycraft-ecoprint-buatan-siswa-sma-pakai-pewarna-alami-dari-daun/>. Diakses pada tanggal 2 Maret 2020.

<https://www.republika.co.id/berita/r1wcng314/produksi-kain-ecoprint-jogja-tembus-pasar-ekspor-dunia>