

Pengembangan Ide Bisnis bagi Kelompok Wanita Tani, Kelurahan Sei Selincah Palembang

(Development of Business Ideas for the Women Farmers Group, Sei Selincah Subdistrict, Palembang)

Sulastris Sulastris^{1*}, Mohamad Adam², Yulia Saftiana³, Yulia Hamdani⁴

Universitas Sriwijaya, Palembang, Indonesia^{1,2,3,4}

sulastris@unsri.ac.id^{1*}, mr_adam2406@yahoo.com², yuliasaftiana@fe.unsri.ac.id³,
yuliahamdani@unsri.ac.id⁴



Riwayat Artikel:

Diterima pada 29 November 2024

Revisi 1 pada 4 Desember 2024

Revisi 2 pada 15 April 2025

Revisi 3 pada 22 April 2025

Disetujui pada 5 Mei 2025

Abstract

Purpose: To provide literacy for the development of business ideas for the Women Farmers Group in Sei Selincah Village, Palembang. **Methodology/approach:** The activity stages begin with (1) mapping to identify community needs and local potential; (2) simulation to make products (3) reviewing several examples of product result 4) training (5) mentoring for potential products; and (6) evaluation.

Results/findings: The results of the difference test of the activities before and after training showed a positive increase for 11 out of 14 question materials and 3 question materials before and after training, the results were relatively the same. However, statistically, the Wilcoxon Test as a whole showed a significant difference with a value of $0.003 \leq 0.05$.

Conclusion: This PKM activity contributed to increasing income and capabilities of the Women Farmers Group while building networks with academia for sustainable business development.

Limitations: The level of community participation in this activity is not optimal and participants are limited to homogeneous age groups.

Contribution: Practice in entrepreneurship science in the topic of creativity in developing business ideas.

Conclusion: This activity motivates Women Farmers Groups for new businesses in more targeted ways and can increase the utilization of potential agricultural products around them.

Keywords: *Ide Bisnis, Kewirausahaan, Kelompok Wanita Tani.*

How to cite: Sulastris, S., Adam, M., Saftiana, Y. Hamdani, Y. (2025). Pengembangan Ide Bisnis bagi Kelompok Wanita Tani, Kelurahan Sei Selincah Palembang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 213-225.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis, terhadap pertumbuhan ekonomi. Tercatat UMKM memberi kontribusi 57.15 persen terhadap produk domestik bruto (PDB) atas harga konstan pada tahun 2019 (KemenkopUKM, 2019) dan meningkat pada Tahun 2023 menyumbang 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia atau setara dengan Rp9,580 triliun dan juga berperan dalam penyerapan hingga 97% tenaga kerja (KADIN INDONESIA, 2023). Sementara KADIN Indonesia mempublikasikan bahwa jumlah UMKM sampai tahun 2023 sekitar 66 juta dan tumbuh dari tahun 2022 sampai tahun 2023 sebesar 1,52 persen. Walaupun terjadi penurunan dari tahun 2019 ke tahun 2020 sebesar -2.24 persen dan dari tahun 2021 ke tahun 2022 sebesar -0,7 persen (KADIN INDONESIA, 2023). Hal ini sebagai dampak terjadinya wabah Covid-19. Peran UMKM selain sebagai penyumbang utama produk domestik bruto (PDB), juga memberi kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja, dan pengurangan pengangguran, serta mengurangi ketimpangan pendapatan pada

masyarakat di pinggiran kota. Beberapa studi di berbagai negara menunjukkan bahwa UMKM berperan sebagai penggerak perekonomian daerah dan meningkatkan ekonomi lokal (Alharbi, 2022; Nwokocha & Madu, 2020; Ramdan et al., 2022), mengurangi urbanisasi (Bomani et al., 2022; Ranman & Kabir, 2021), penguatan rantai pasok (Abdul Mumin et al., 2024; Alzate et al., 2022) dan pemberdayaan perempuan, serta kelompok marginal (Astuti et al., 2024; Budiarto et al., 2023; Lin et al., 2024). Oleh karena itu UMKM perlu dikembangkan secara merata di berbagai sektor dan di segala lapisan masyarakat.

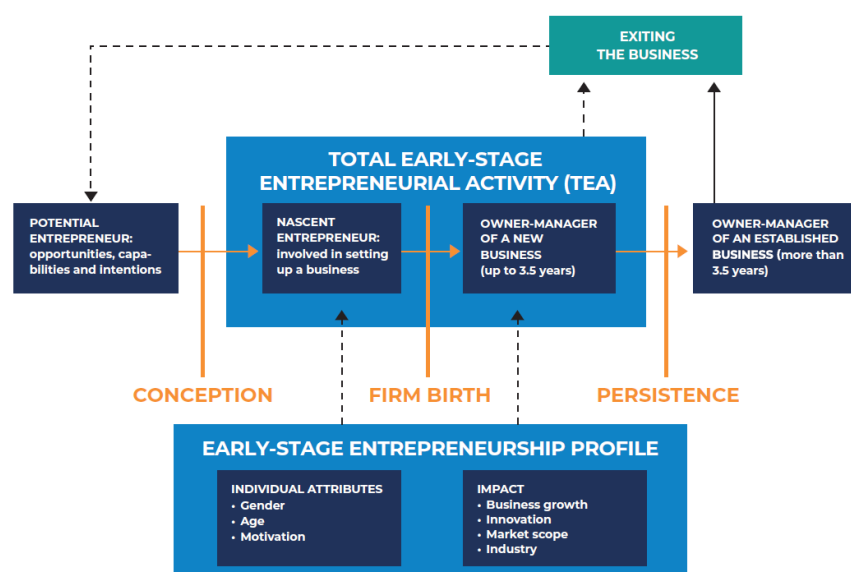
Namun masih terdapat permasalahan dan tantangan bagi UMKM di berbagai negara, termasuk di Indonesia. Beberapa riset menunjukkan bahwa permasalahan UMKM utama saat ini antara lain: (1) kemampuan beradaptasi yang relatif rendah terhadap perubahan atau kapabilitas dinamik yang belum cukup untuk memberi penguatan terhadap rantai pasok (Quansah et al., 2022; Seow et al., 2024), (2) kapasitas absorptif yang rendah untuk memperkuat terjadinya transformasi (Goaill & Al-Hakimi, 2021; Lopez et al., 2024) dan (3) *entrepreneurial orientation* yang sangat dibutuhkan untuk proses internasionalisasi, (Astuti et al., 2024), (4) kesulitan transformasi teknologi melalui digitalisasi bisnis (Dethine et al., 2020; Rajala & Hautala-Kankaanpää, 2022) dan internasionalisasi untuk mengatasi permasalahan pemasaran (Chen et al., 2023; Kamarudin et al., 2018). Hal ini juga ditunjukkan dengan angka Indeks kewirausahaan di Indonesia saat ini masih sangat rendah, yaitu 3,47 persen dari total penduduk Indonesia (IndonesiaGo.Id, 2022). Indonesia akan menargetkan indeks kewirausahaan untuk tahun 2024 sebesar 3,95 persen. Oleh karena itu orientasi kewirausahaan menjadi bagian penting untuk meningkatkan kapabilitas dinamik UMKM melalui pola pikir (mindset) “mau berubah”. Mindset “mau berubah” sebagai fondasi bagi pemilik UMKM untuk bertransformasi, kreatif dan berinovasi dalam proses bisnis. Beberapa peneliti telah menunjukkan bahwa enterprenurial mindset meningkatkan internasionalisasi dan kinerja UMKM (Ahimbisibwe et al., 2022; Anim et al., 2023; Dalimunthe, 2019). Oleh karena itu penting untuk meningkatkan literasi orientasi kewirausahaan, bagi UMKM sebagai salah satu solusi permasalahan UMKM.

Pemecahan masalah UMKM melalui peningkatan literasi orientasi kewirausahaan dapat dilakukan melalui berbagai kegiatan kemitraan, diantaranya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Perguruan Tinggi. Kegiatan PKM sebagai salah satu Tridarma Perguruan Tinggi, juga memiliki tujuan untuk memberi kontribusi terhadap pencapaian *Sustainable Development Goals (SDG's)* diantaranya pengentasan kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi melalui pengembangan UMKM. Kegiatan PKM beberapa perguruan tinggi memberi kontribusi yang sangat signifikan terhadap pengembangan dan peningkatan dan daya saing UMKM (Kodriyah et al., 2024; Latif et al., 2024; Rahayu et al., 2023; Saragih et al., 2024). Berbagai kegiatan pengabdian masyarakat tentang orientasi kewirausahaan telah banyak dilakukan di berbagai lokasi yang memberi dampak signifikan terhadap pengembangan usaha; antara lain pengembangan wirausaha desa melalui pelatihan penyusunan rencana bisnis dan model bisnis canvas (Maulana et al., 2021; Sulastri et al., 2022). Pengembangan pola pikir kewirausahaan melalui penambahan pengetahuan dan motivasi berwirausaha sebagai modal dasar untuk membangun usaha (Rahayu et al., 2023; Zahreni et al., 2023). Dalam konteks Tridarma Perguruan Tinggi Universitas Sriwijaya berperan untuk memberi kontribusi terhadap pengembangan dan peningkatan kinerja UMKM di sekitarnya melalui kegiatan PKM.

Kondisi UMKM di Kota Palembang menunjukkan masih didominasi oleh kluster mikro dan merupakan home industry. Pada akhir tahun 2022, dengan mengacu pada kriteria hasil penjualan atau omzet tahunan lebih kecil dari 2 miliar rupiah pertahun, jumlah UMKM di Kota Palembang 2022 sebanyak 80.627 UMKM (Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang, 2022), sedangkan jumlah usaha kecil dengan omset penjualan 2 miliar sampai dengan 15 miliar rupiah pertahun berjumlah 52 unit usaha. Rasio jumlah usaha terhadap jumlah penduduk 128.643 ribu sekitar 3,3 persen. Dari 100 UMKM di kota Palembang sebanyak 57% para pelaku UMKM dan industri berbasis keluarga berjenis kelamin perempuan dan sebanyak 43% para pelaku UMKM dan industri berbasis keluarga berjenis kelamin laki-laki (Laporan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palembang, 2023). Kecamatan Kalidoni sebagai lokasi kegiatan pengabdian masyarakat memiliki jumlah usaha mikro sebanyak 4.342 unit usaha yang tersebar di beberapa kelurahan. Lokasi kegiatan pengabdian di fokuskan di Kelurahan Sei Selincih, Kecamatan Kalidoni Kota Palembang. Jumlah penduduk di kelurahan Sei Selincih jumlah penduduk sebanyak

31.306 orang yang terdiri dari 15.732 jiwa penduduk laki-laki dan 15.574 perempuan. Saat ini merupakan lokasi yang dicanangkan sebagai edukasi agrowisata kota Palembang. Masyarakat kelurahan Sei Selincah telah memiliki organisasi masyarakat POKDARWIS dan UMKM Kelompok Wanita Tani. Organisasi masyarakat POKDARWIS dan Kelompok Wanita Tani, saat ini telah mengembangkan produk-produk herbal. Hal ini didukung dengan potensi lahan pertanian yang menghasilkan tanaman jahe, lengkuas, kunyit dan beberapa tanaman keras seperti pepaya, jambu, pisang dan nenas. Pada tahun 2022 kecamatan Kalidoni menghasilkan produksi Lengkuas sekitar 15 kwintal pepaya sebanyak 13 kwintal, salak sebanyak 3 kwintal, dan jambu sebanyak 2 kwintal (jambu air dan jambu biji) (BPS.Palembang.go id, 2024). Potensi ini sebahagian dikelola oleh kelompok Wanita Tani dan diantaranya dikembangkan untuk produk pengolahan makanan sebagai usaha rumah tangga (*home industry*). Namun masih terdapat beberapa permasalahan dalam usaha kelompok wanita tani yang sampai saat ini belum berkembang, disamping itu potensi hasil-hasil tanaman belum dimanfaatkan ke produk hilirisasi untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga.

Untuk pengembangan produk hilir selain tersedianya bahan baku yang cukup juga perlu mempertimbangkan peluang pasar. Untuk itu dibutuhkan proses yang terstruktur untuk mengenali pasar agar pengembangan ide bisnis bagi UMKM efektif. Pengembangan ide bisnis adalah proses menciptakan konsep baru atau menyempurnakan ide yang sudah ada untuk membentuk peluang bisnis yang layak. Hal ini melibatkan identifikasi kebutuhan pasar, melakukan riset pasar, dan melakukan brainstorming solusi potensial. Proses pengembangan ide bisnis menurut (Hougaard, 2004) dilakukan dengan tahapan pengembangan ide bisnis atau tahap konsepsi, selanjutnya tahapan nascent mulai memperkenalkan produk (*firm birth*) dan tahap *new business*, yang ditunjukkan pada gambar:1.



Gambar:1 Proses Pengembangan Bisnis Baru (Hougaard, 2004)

Setelah ide bisnis dievaluasi dan diuji, langkah selanjutnya adalah menerapkan dan mengukur solusi yang paling layak. Hal ini melibatkan pengembangan rencana bisnis terperinci yang menguraikan langkah-langkah yang diperlukan untuk mewujudkan ide tersebut. Hal ini dapat mencakup perolehan pendanaan, penentuan jadwal pelaksanaan, dan identifikasi pemangku kepentingan utama yang akan terlibat dalam proses tersebut. Dengan mengikuti pendekatan terstruktur dalam pemecahan masalah dan menghasilkan ide, bisnis dapat meningkatkan peluang keberhasilan dan menciptakan solusi inovatif yang memenuhi kebutuhan pelanggan mereka. Berdasarkan uraian di atas kegiatan PKM perguruan tinggi Universitas Sriwijaya melibatkan dosen dan mitra UMKM kelompok Wanita Tani untuk kegiatan Pelatihan Kewirausahaan dengan Topik “Pengembangan Ide Bisnis Bagi UMKM Pemula”.

Maksud dan Tujuan dari kegiatan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan/literasi dan pemahaman mengenai teknik-teknik mengembangkan ide bisnis bagi pemula pada kelompok Wanita Tani di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Palembang. Diharapkan melalui pelatihan ini akan bertambah diversifikasi produk dan peningkatan kualitas produk yang ada untuk menembus pasar yang lebih luas.

2. Metodologi

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif untuk memastikan keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahap pelaksanaan. Lokasi kegiatan di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Palembang. Lokasi ini juga sebagai lokasi yang dicanangkan untuk “Edukasi Agrowisata Sungai Jawi”, yang merupakan daerah pinggiran Kota Palembang yang berbatasan dengan Kabupaten Banyuasin. Sasaran kelompok kegiatan adalah kelompok wanita yang terhimpun dalam kelompok Wanita Tani yang memiliki potensi mengembangkan usaha pangan olahan berbasis sumber daya lokal.

Tahapan kegiatan dimulai dengan (1) survei awal untuk mengidentifikasi kebutuhan masyarakat dan potensi lokal; (2) simulasi melibatkan anggota kelompok Wanita Tani untuk membuat produk pengolahan pangan dengan menggunakan bahan baku lokal; (3) mereview beberapa contoh hasil produk; (4) memberi literasi dengan pengembangan ide bisnis dan penyusunan rencana bisnis; (5) melakukan pendampingan terhadap produk potensial; dan (6) melakukan evaluasi. Metode pelaksanaan kegiatan antara lain ceramah interaktif, simulasi langsung, dan pendampingan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dari bulan Juli sampai dengan Oktober 2024. Penjadwalan kegiatan dimulai dari survey lokasi, identifikasi masalah, diskusi dan brainstorming di kelompok Wanita Tani untuk menghasilkan produk olahan, pelatihan dan pendampingan.

Teknik pengumpulan data dilakukan observasi secara langsung, dan wawancara dengan instrumen pertanyaan tertutup. Analisis data dilakukan untuk memastikan ketercapaian pelaksanaan kegiatan. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif dan analisis uji beda sebelum dan sesudah kegiatan dengan metode uji beda Wilcoxon. Uji beda Wilcoxon adalah uji non-parametrik yang digunakan untuk membandingkan dua kelompok data berpasangan. Uji ini biasanya digunakan ketika data tidak memenuhi asumsi distribusi normal. Uji statistik Wilcoxon dengan critical value signifikansi $\alpha \leq 0.05$.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

3.1.1 Implementasi Kegiatan Pelatihan

Kegiatan pengabdian dilakukan secara bertahap, dimulai dengan (1) survey lokasi kegiatan untuk mengidentifikasi masalah; (2) pertemuan dengan mitra; (3) pembuatan produk; (4) pelatihan; (5) pendampingan dan (6) evaluasi. Pada tahapan survey lokasi dilakukan secara observatif dan wawancara dengan ketua kelompok Wanita Tani yang sebagian besar sebagai petani bio farmaka (jahe, lengkuas, kunyit, dan sereh), tanaman padi dan sayur mayur dan beberapa melakukan usaha sampingan seperti pengolahan pangan pembuatan kripik, tape, dan pengolahan minuman herbal.



Gambar 2. Contoh produk usaha sampingan

Khalayak sasaran kegiatan pengabdian masyarakat yaitu UKM kelompok Wanita Tani yang mengikuti

kegiatan sebanyak 25 orang. Pekerjaan peserta pelatihan sebahagian besar adalah petani atau sekitar 60 persen, selebihnya 24 persen pedagang atau memiliki usaha rumahan (pengolahan makanan) dan 16 persen adalah ibu rumah tangga. Jika dilihat berdasarkan umur sebahagian besar peserta berada pada kelompok umur 41 tahun keatas sebesar 56 persen, sedangkan pada kelompok umur 26-40 tahun sebesar 40 persen, selebihnya kelompok umur kurang dari 26 tahun hanya 4 persen. Peserta yang memiliki bisnis dominan berada pada umur 26 tahun ke atas sampai dengan umur 55 tahun. Jenis usaha kelompok wanita tani, masih merupakan usaha home industry, berupa industri pengolahan makanan masih skala mikro dan insendental kalau ada acara bazar dan pameran. Produk berupa hasil olahan dengan menggunakan bahan baku di lokasi setempat seperti jahe, jahe merah, teh telang, minuman rosela, kripik pisang, dan keripik ubi.

Hasil simulasi pembuatan produk yang dilakukan dengan metode partisipatif anggota kelompok Wanita Tani membuat beberapa produk untuk direview sebagai ide bisnis. Produk yang dihasilkan untuk direview antara lain Keripik Pisang, Tap Ketan, Minuman Jahe Instan, Minuman Teh Sorela dan Minyak Atsiri Sereh wangi. Selanjut pelatihan dengan memberi materi yang meliputi (1) ide bisnis; (2) pola pikir kewirausahaan; (3) identifikasi ide bisnis; dan (4) penyusunan rencana bisnis.

Kegiatan pelatihan dilakukan dengan metode ceramah interaktif dan diksusi, diikuti dengan *brainstorming*. Beberapa gambaran pelaksanaan kegiatan ditunjukkan pada Tabel.1

Tabel 1. Visualisasi kegiatan pengabdian masyarakat pada kelompok Wanita Tani

		
Pendaftaran Peserta	Memberi Materi Pelatihan	Souvenir Kid Bagi Peserta
		
Pengisian Kuesioner	Foto bersama peserta	Foto bersama mahasiswa
		

Review Produk Peserta Kelompok Wanita Tani	Review Produk Peserta Kelompok Wanita Tani	Review Produk Peserta Kelompok Wanita Tani
--	--	--

3.1.2 Review Produk Peserta

Produk yang dihasilkan dengan pemanfaatan sumber daya lokal oleh anggota kelompok Wanita Tani untuk direview antara lain Keripik Pisang, Tape Ketan, Minuman Herbal Jahe dan Bedak Masker dari campuran bahan alami. Hasil Review ditunjukkan pada Tabel: 2

Tabel: 2 Hasil Review Produk dari Simulasi pembuatan produk “ide bisnis”

No	Produk	Aspek				
		Kualitas Produk			Kemasan	Potensi Pasar
		Bahan	Rasa	Bentuk		
1.	Keripik Pisang	Pisang Kepok Kuning yang sangat baik dan tersedia. Topping belum optimal perpaduan antara bahan utama dan gula belum menyatu secara baik	Sangat original dan gurih	Standar	Masih perlu ditingkatkan masih kemasan plastik (belum foodgrade) dan penulisan merek belum standar	Pasar potensial Produksi masih terbatas
2.	Tape Ketan	Sangat Baik, dari hasil petani setempat dan ragi buatan sendiri	Sangat baik	Standar	Belum standar	Pasar potensial
3.	Minuman Herbal Jahe	Tersedia di lokasi sekitar	Belum standar	Perlu ditingkatkan dalam bentuk granulla yang halus	Belum Standar	Pasar Bersaing Produksi Terbatas
4.	Bedak Masker	Bahan tersedia di lokasi setempat Campuran bahan belum standar. Perlu diuji masa pakai	-	Bentuk belum seragam	Belum ada	Pasar Bersaing Produksi terbatas

Sumber: Hasil Review Produk Saat Pelatihan di Lapangan

3.1.3 Evaluasi peserta Pelatihan

Peserta pelatihan adalah kelompok wanita tani yang memiliki usaha rumah tangga skala mikro. Evaluasi peserta dilakukan saat sebelum pelatihan dan sesudah pelatihan. Evaluasi dirancang terhadap penguasaan materi yang disampaikan dengan instrumen pertanyaan tertutup. Beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan materi kegiatan terhadap 25 orang peserta antara lain (1) apa yang paling penting untuk memulai bisnis, 36 persen menjawab alasan uang, 56 persen menjawab alasan tujuan yang ingin dicapai dan 8 persen menjawab waktu yang dikorbankan. Sedangkan setelah mengikuti pelatihan peserta menjawab hal (2) yang paling penting memulai bisnis adalah uang menurun menjadi 24 persen dan tujuan yang ingin dicapai meningkat menjadi 72 persen dan waktu yang dikorbankan hanya 4 persen. Walaupun telah terjadi (3) peningkatan terhadap orientasi tujuan dalam memulai bisnis, tetapi masih ada peserta yang memiliki orientasi terhadap uang. (4) Tujuan untuk mengembangkan ide bisnis diantara peserta menjawab untuk menambah pendapatan, dan yang lainnya berpendapat selain

meningkatkan pendapatan, mengembangkan bakat dan memecahkan masalah sebanyak 60 persen. (5) Pengetahuan tentang tahapan untuk memulai bisnis masih belum dipahami sepenuhnya, hanya 28 persen peserta menjawab dengan benar, walaupun terjadi peningkatan pengetahuan dari 12 persen menjadi 28 persen. (6) bisnis merupakan hal-hal yang spesifik, dapat diukur, dapat dicapai, relevan dan terikat dengan waktu, 60 persen peserta cukup memahami hal tersebut setelah pelatihan. (7) Penyusunan perencanaan bisnis dapat dituliskan dalam bentuk model canva, 72 persen peserta telah mengetahui. (8) Pengelompokan calon pembeli diartikan sebagai segmentasi pasar, 72 persen peserta menjawab dengan benar setelah pelatihan, serta 80 persen peserta memahami untuk memilah segmentasi pasar (9) Pemahaman tentang strategi memposisikan sebagai “positioning” hanya 40 persen peserta memahami setelah pelatihan. (10) Cara membangun kerjasama 60 persen memahami untuk memuat daftar siapa yang akan bekerjasama. (11) 80 persen peserta pelatihan mengetahui jenis-jenis pemasaran dengan media digital. (12) Pemahaman tentang keunggulan produk ditunjukkan dengan “produk yang memiliki keunggulan berbeda”, 60 persen peserta menjawab dengan tepat. (13) biaya tetap merupakan salah satu komponen biaya, hanya 52 persen peserta menjawab dengan benar (14) pemahaman tentang biaya variabel hanya 4 persen peserta menjawab dengan benar, misalnya biaya bahan baku. (15) dalam kaitan dengan analisis biaya diperlukan untuk “menentukan apakah bisnis yang dilakukan menghasilkan keuntungan, 60 persen peserta pelatihan menjawab dengan tepat. Dari beberapa indikator evaluasi pemahaman peserta setelah pelatihan, yang masih perlu peningkatan pemahaman adalah tentang analisis biaya. Secara rinci evaluasi terhadap peserta ditunjukkan pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 3. Evaluasi Peserta Sebelum dan Sesudah Pelatihan

No	Instrumen	Pilihan Jawaban	Sebelum Pelatihan		Sesudah Pelatihan	
			Jumlah	Frekuensi	Jumlah	Frekuensi
1.	Hal yang penting dalam memulai bisnis	Uang	9	36,0	6	.
		tujuan yang ingin dicapai	14	56,0	18	72,0
		waktu yang harus dikorbankan	2	8,0	1	4,0
2.	Apa tujuan mengembangkan ide bisnis	mengembangkan bakat	4	16,0	2	8,0
		menambah pendapatan	3	12,0	7	28,0
		memecahkan masalah	1	4,0	1	4,0
		semua benar	17	68,0	15	60,0
3.	Apa saja yang tahapan identifikasi ide bisnis	mengidentifikasi pasar, menciptakan produk dan memasarkan produk	3	12,0	7	28,0
		memahami kebutuhan pasar, menciptakan produk, dan memasarkan produk	9	36,0	7	28,0
		memahami minat dan keterampilan, menentukan masalah yang ingin diselesaikan, menganalisis peluang pasar, pengujian pasar	12	48,0	5	20,0
4.	Tujuan bisnis	spesifik, dapat diukur, dapat dicapai, relevan, dan terikat waktu	13	52,0	15	60,0
		abstrak, dapat diukur, dapat dicapai, relevan, dan terikat waktu	3	12,0	3	12,0
		spesifik, jelas, ringkas, dapat diukur dengan waktu	9	36,0	7	28,0
5.	Perencanaan bisnis	canva	13	52,0	18	72,0
		cerita	3	12,0	4	16,0
		karangan	9	36,0	3	12,0

No	Instrumen	Pilihan Jawaban	Sebelum Pelatihan		Sesudah Pelatihan	
			Jumlah	Frekuensi	Jumlah	Frekuensi
6.	pengelompokan calon pembeli memilah segmentasi pasar	targetting	4	16,0	4	16,0
		positioning	1	4,0	3	12,0
		segmentasi pasar	8	32,0	20	80,0
7.	strategi memposisikan	Targetting	13	52,0	3	12,0
		positioning	4	16,0	2	8,0
		segmentasi pasar	7	28,0	7	28,0
8.	hubungan kerjasama	membuat daftar aktivitas	9	36,0	6	24,0
		membuat daftar siapa yang akan bekerjasama	11	44,0	15	60,0
		membuat daftar sumber daya	5	20,0	4	16,0
9.	promosi media digital	brosur,spanduk, mulut ke mulut	5	20,0	2	8,0
		Face book, Instagram, tiktok	20	80,00	23	92,2
10.	keunggulan produk	produk yang memiliki keunggulan dan berbedar	11	44,0	15	60,0
		produk yang harga nya mahal	3	12,0	5	20,0
		produk yang mudah dihasilkan	11	44,0	5	20,0
11.	biaya tetap	biaya sewa toko	15	60,0	13	52,0
		biaya bahan baku	6	24,0	9	36,0
		biaya kemasan	4	16,0	3	12,0
12.	biaya variabel	biaya sewa toko	9	36,0	4	16,0
		biaya bahan baku	4	16,0	1	4,0
		biaya kemasan	12	48,0	20	80,0
13.	analisis biaya	menentukan apakah bisnis yang dilakukan menghasilkan keuntungan	17	68,0	15	60,0
		menentukan pengeluaran	4	16,0	6	24,0
		menentukan pendapatan	4	16,0	4	16,0

Sumber :Hasil Pengolahan Data Kuesioner

Tabel: 4. Rata-rata jawaban peserta sebelum dan sesudah kegiatan pelatihan

Pertanyaan	Nilai Benar Pre Test	Nilai Benar Post test	keterangan
P1	56%	72%	meningkat
P2	68%	70%	meningkat
P3	48%	48%	sama
P4	36%	60%	meningkat
P5	56%	72%	meningkat
P6	80%	80%	meningkat
P7	52%	52%	sama
P8	48%	48%	sama
P9	44%	60%	meningkat
P10	80%	80%	meningkat
P11	44%	60%	meningkat
P12	60%	62%	meningkat
P13	48%	80%	meningkat
P14	68%	70%	meningkat

Sumber :Hasil Pengolahan Data Kuesioner

Hasil Uji Beda Wilcoxon menunjukkan terjadi perubahan yang positif tentang materi yang diberikan, sesudah pelatihan dibandingkan sebelum pelatihan sebanyak 11 materi, dan masih terdapa 3 materi yang menunjukkan hasil yang sama sebelum dan sesudah pelatihan, ditunjukkan pada Tabel: 5.

Tabel: 5 Uji Beda Pemahaman Materi Kegiatan Sebelum Pelatihan dan Sesudah Pelatihan

Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Sesudah_Pelatihan Sebelum_Pelatihan	Negative Ranks	0 ^a	,00	,00
	Positive Ranks	11 ^b	6,00	66,00
	Ties	3 ^c		
	Total	14		
a. Sesudah Pelatihan < Sebelum Pelatihan				
b. Sesudah Pelatihan > Sebelum Pelatihan				
c. Sesudah Pelatihan = Sebelum Pelatihan				
d. Test Statistic: Z = -2,95 ^b ; Sig. (2-tailed= 0.003				

3.1.4 Evaluasi penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat

Penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan oleh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat selain dilihat dari evaluasi terhadap peserta atas materi yang diberikan juga evaluasi terhadap penyelenggara yang dievaluasi oleh peserta pelatihan. Beberapa pertanyaan yang diajukan tentang PEMATERI yang meliputi apakah pemateri menguasai materi, komunikatif, menarik, audio visual, tepat waktu dan interaktif, sebagian besar peserta menjawab sangat setuju. Untuk MATERI, dengan instrumen pertanyaan sasaran dan kejelasan tujuan pelatihan, bermanfaat untuk pelaku usaha kecil, materi memadai lebih dari 90 persen peserta menyatakan sangat setuju, namun 88 persen menyatakan setuju, sesuai dengan bidang pekerjaan dan harapan. Untuk SUASANA pelatihan sebahagian peserta menyatakan tidak membosankan dan menarik. Untuk SARANA PRASARANA, seluruh peserta menyatakan sangat setuju. Secara rinci ditunjukkan pada Tabel:6.

Tabel 6. Persepsi Peserta Pelatihan terhadap Penyelenggaraan Kegiatan Pengabdian

Aspek	Instrumen Pertanyaan	Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat setuju
PEMATERI:					
1	Menguasai materi	0	0	2%	98%
2	Komunikatif	0	0	4%	96%
3	Menarik	0	0	2%	98%
4	Presentasi audiovisualnya menarik	0	0	0	100%
5	Tepat waktu	0	0	4%	96%
6	Memberi kesempatan untuk diskusi	0	0	2%	98%
MATERI					
7	Sasaran/tujuan pelatihan jelas	0	0	8%	92%
8	Sesuai dengan pekerjaan saat ini	0	0	12%	88%
9	Bermanfaat untuk pelaku usaha kecil	0	0	2%	98%
10	Sesuai dengan harapan Saya	0	0	12%	88%
11	Cakupan materinya memadai	0	0	10%	98%

Aspek	Instrumen Pertanyaan	Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat setuju
12	Sesuai dengan perkembangan di industri/praktisi	0	0	12%	88%
SUASANA					
13	Membosankan	92%	8%	0	0
14	Monoton/Kurang menarik	90%	10%	0	0
15	Banyak diskusi	0	0	10%	90%
16	Peserta pelatihan pasif	90%	10%	0	0
17	Tepat waktu	0	0	10%	90%
SARANA/PRASARANA					
18	Seminar kit dan ada biaya transportasi peserta	0	0	0	100%
19	Tersedia alat bantu tutorial/peraga	0	0	0	100%
20	Rehat kopi, snack dan makan siang memadai	0	0	0	100%
21	Panitia pelatihan bekerja dengan baik	0	0	0	100%

3.2 Pembahasan

Deskripsi peserta kelompok wanita tani yang sebagian besar berada pada umur produktif diatas 41 tahun masih tinggi sebesar 56 persen, sebagai bukti ketangguhan wanita tani. Hanya 4 persen berada pada kelompok umur kurang dari 26 tahun, artinya usaha kelompok wanita tani tidak menjadi minat kelompok usia muda. Hal ini juga menyiratkan bahwa kelompok usia muda kurang tertarik untuk menjadikan sektor pertanian sebagai lapangan usaha. Hal ini sejalan dengan beberapa peneliti menunjukkan persentase umur lansia lebih tinggi untuk memilih usaha informal (Aqil, 2023; Qotrunnada & Ansori, 2023).

Hasil telaah terhadap simulasi produk UMKM menunjukkan hasil yang relatif baik dalam pengembangan ide bisnis. Produk yang dihasilkan sepenuhnya memanfaatkan bahan baku lokal di sekitarnya. Jika usaha kelompok wanita tani dapat memanfaatkan potensi sumber daya lokal, besar harapan dapat meningkatkan ekonomi lokal, (Alharbi, 2022; Nwokocha & Madu, 2020; Ramdan et al., 2022), penguatan rantai pasok (Abdul Mumin et al., 2024; Alzate et al., 2022) dan pemberdayaan perempuan pada kelompok marginal (Astuti et al., 2024; Budiarto et al., 2023; Lin et al., 2024) Semangat kewirausahaan anggota kelompok wanita tani sangat tinggi, dilihat dari antusias mengikuti pelatihan dan membuat produk sebelum pelatihan untuk ditelaah. Namun beberapa hal yang masih perlu ditingkatkan adalah fitur-fitur kemasan, bentuk produk dan strategi pemasaran untuk akses pasar yang lebih luas. Strategi pemasaran yang efektif termasuk didalamnya tampilan produk, media pemasaran, kualitas produk serta pola pikir kewirausahaan sangat mendukung peningkatan akses pasar yang lebih luas (Abbas et al., 2023; Chen et al., 2023; Kamarudin et al., 2018). Walaupun pengembangan ide bisnis adalah proses menciptakan konsep baru atau menyempurnakan ide yang sudah ada untuk membentuk peluang bisnis yang layak (Hougaard, 2004). Namun dalam prakteknya usaha dalam kelompok wanita tani sebagai kelompok marginal masih banyak menghadapi berbagai tantangan, yang meliputi identifikasi kebutuhan pasar, melakukan riset pasar, dan menemukan solusi potensial, serta masalah keuangan. Beberapa kegiatan pengabdian masyarakat juga menunjukkan bahwa efektifitas laporan keuangan UMKM dapat membangun jaringan usaha dan daya saing UMKM (Hasanah et al., 2022; Rahayu et al., 2023).

Program PKM ini telah memberi telah memberi literasi baru bagi kelompok wanita tani untuk mengembangkan bisnis melalui proses kewirausahaan. Hal ini dilihat dari hasil evaluasi pemahaman materi sebelum dan sesudah kegiatan pelatihan. Sejalan dengan beberapa literatur menyatakan bahwa pola pikir kewirausahaan yang semakin baik akan meningkatkan kinerja UMKM (Ahimbisibwe et al., 2022; Anim et al., 2023; Dalimunthe, 2019; Khoiroh, S. M., Herlina, H., & Romadhan, 2021). Pengembangan pola pikir kewirausahaan melalui penambahan pengetahuan dan motivasi berwirausaha sebagai modal dasar untuk membangun usaha (Rahayu et al., 2023; Zahreni et al., 2023). Walaupun masih ada materi teknis yang belum dipahami secara baik meliputi analisis biaya dan perhitungan harga pokok. Kegiatan PKM ini memberi kontribusi terhadap pengembangan dan peningkatan kinerja kelompok wanita tani.

4. Kesimpulan

Impelementasi kegiatan PKM pengembangan ide bisnis bagi pemula terhadap kelompok wanita tani telah memberi kontribusi yang signifikan terhadap upaya peningkatan pendapatan masyarakat melalui pengembangan kapabilitas kelompok Wanita tani. Hal ini ditandai dengan semangat anggota kelompok menghasilkan produk baru yang direview untuk mendapatkan masukan perbaikan. Kegiatan PKM ini juga bermanfaat untuk membangun jejaring diantara kelompok Wanita Tani dengan lingkungan akademisi sebagai mitra untuk pengembangan bisnis baru kelompok Wanita Tani.

Referensi

- Abbas, W., Amin, A., Prawira, M. R., & Antuli, R. R. (2023). Penguatan UMKM Di Desa Sumberjo Melalui Program 3P: Pembuatan Brand, NIB, Dan Pendampingan Sertifikasi Halal (Strengthening MSMEs in Sumberjo Village Through the 3P Program: Brand Creation, NIB, and Halal Certification Assistance). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 193–202. <https://doi.org/10.35912/yumary.v4i2.2536>
- Abdul Mumin, M., Adam, I. O., & Alhassan, M. D. (2024). The impact of ICT capabilities on supply chain fraud and sustainability – a dynamic capability perspective. *Technological Sustainability*, 3(2), 123–146. <https://doi.org/10.1108/TECHS-11-2023-0051>
- Ahimbisibwe, G. M., Ntayi, J. M., Ngoma, M., Bakunda, G., Munene, J. C., & Esemu, T. (2022). Entrepreneurial Mindset and SME Internationalisation: Empirical Evidence from Sub-Saharan Africa. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 18(6), 743–759. <https://doi.org/10.47556/J.WJEMSD.18.6.2022.4>
- Alharbi, R. K. (2022). Saudi Arabia's small and medium enterprises (SMES) sector post-Covid-19 recovery: stakeholders' perception on investment sustainability. *International Journal of Organizational Analysis*. <https://doi.org/10.1108/IJOA-10-2021-2993>
- Alzate, I. C., Manotas, E. C., Manotas, E. M., & Boada, A. (2022). IMPACT OF SUPPLY CHAIN DYNAMIC CAPABILITIES (SCDC) AND HORIZONTAL COLLABORATION OVER SUPPLY CHAIN RESILIENCE FOR SME'S SUSTAINABILITY IN EMERGING ECONOMIES. *Polish Journal of Management Studies*, 25(2), 72–92. <https://doi.org/10.17512/pjms.2022.25.2.05>
- Anim, P. A., Arthur, E., & Amoako, G. K. (2023). Entrepreneurial orientation, social media and SME performance: an emerging economy perspective. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*. <https://doi.org/10.1108/APJBA-12-2022-0514>
- Aqil, H. M. (2023). *Kondisi Ketenagakerjaan Pekerja Lanjut U*. 18(1). <https://doi.org/10.47198/naker.v17i3.162>
- Astuti, R. D., Balqiah, T. E., & Yuliati, E. (2024). Role of individual entrepreneurial orientation and innovation in SME performance: Gender perspectives. *Problems and Perspectives in Management*, 22(2), 365–378. [https://doi.org/10.21511/ppm.22\(2\).2024.28](https://doi.org/10.21511/ppm.22(2).2024.28)
- Bomani, M., Derera, E., & Mashigaidze, M. (2022). URBANISATION AND SME GROWTH IN A DEVELOPING ECONOMY: IMPLICATIONS FOR POLICY. *Corporate Governance and Organizational Behavior Review*, 6(2), 123–133. <https://doi.org/10.22495/cgobrv6i2p12>
- Budiarto, D. S., Prabowo, M. A., & Azman, N. B. (2023). Evaluating the Important Role of Women in Maintaining the Sustainability of SMEs. *Journal of Telecommunications and the Digital Economy*, 11(2), 180–193. <https://doi.org/10.18080/JTDE.V11N2.664>

- Chen, Y.-A., Guo, S.-L., & Huang, K.-F. (2023). Antecedents of internationalization of Taiwanese SMEs: a resource-based view. *International Journal of Emerging Markets*. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2022-0875>
- Dalimunthe, R. F. (2019). The effect of entrepreneurial mindset, digital training and supervision on the competitiveness of Small and Medium Enterprises (SME) for women. *Journal of International Women's Studies*, 20(9), 121–131. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85077576949&partnerID=40&md5=b560bd7583cf084b2420b7b43ef3313f>
- Dethine, B., Enjolras, M., & Monticolo, D. (2020). Digitalization and SMEs' export management: Impacts on resources and capabilities. *Technology Innovation Management Review*, 10(4), 18–34. <https://doi.org/10.22215/TIMREVIEW/1344>
- Goaill, M. M., & Al-Hakimi, M. A. (2021). Does absorptive capacity moderate the relationship between entrepreneurial orientation and supply chain resilience? *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1962487>
- Hasanah, N., Widiyati, D., & Napisah, N. (2022). Peningkatan Daya Saing melalui Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana pada Jaringan Wirausaha (Jawara) Bojongsari (Increasing Competitiveness Through Training in the Preparation of Simple Financial Statements at Jawara Bojongsari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Yumary)*, 3(2), 101–108. [10.35912/yumary.v3i2.1510](https://doi.org/10.35912/yumary.v3i2.1510)
- Hougaard, S. (2004). *The business idea: the early stages of entrepreneurship*. Springer Science & Business Media.
- IndonesiaGo.Id. (2022). *Wirausahawan Mapan, Ekonomi Nasional Kuat*. Portal Informasi Indonesia. <https://indonesia.go.id/kategori/perdagangan/4994/>
- KADIN INDONESIA. (2023). *Data dan Statistik UMKM*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kamarudin, A. B., Aslan, A. S., & Rajiani, I. (2018). Characterizing SME sustainable (green) performance in the green economic transition through the adoption of green management. *Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 12(Specialissue4), 173–184. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85059946607&partnerID=40&md5=e0ff022ea21352768b4c8333f55b1fbd>
- KemenkopUKM. (2019). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (Umk) Dan Usaha Besar (Ub) Tahun 2018 - 2019*. <https://satudata.kemenkopukm.go.id/>
- Khoiroh, S. M., Herlina, H., & Romadhan, M. I. (2021). Kewirausahaan produk olahan susu dan durian untuk pengembangan ekonomi kreatif desa Wonomerto Jombang. *Yumary : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 135–142. <https://doi.org/10.35912/yumary.v1i3.190>
- Kodriyah, K., Mahardini, N. Y., & Suhartini, S. (2024). Edukasi dan Pelatihan Pembukuan Sederhana pada UMKM Makanan di Kecamatan Kramatwatu. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 447–455. <https://doi.org/10.35912/yumary.v4i4.2746>
- Latif, I. S., Latuconsina, H., & Lesmana, S. J. (2024). Digitalisasi UMKM di Kelurahan Selapajang Jaya: Strategi Social Media Marketing Dalam Menyongsong Era Modern. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 45–55. <https://doi.org/10.35912/yumary.v5i1.2939>
- Lin, M. S., Jung, I. N., & Sharma, A. (2024). The impact of culture on small tourism businesses' access to finance: the moderating role of gender inequality. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(3), 480–499. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2130337>
- Lopez, E., Flecha-Ortiz, J. A., Santos-Corrada, M., & Dones, V. (2024). The role of organizational resilience in SME service innovation and value cocreation. *Journal of Services Marketing*, 38(4), 443–459. <https://doi.org/10.1108/JSM-03-2023-0081>
- Maulana, A., Novalia, N., Rosa, A., & Yunita, D. (2021). Peningkatan Kapasitas Wirausaha Desa Melalui Pelatihan Pembuatan Rencana Bisnis(Village Entrepreneurial Capacity Building Through Business Planning Training). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 133–142. <https://doi.org/10.35912/jpm.v2i3.674>
- Nwokocha, V. C., & Madu, I. A. (2020). Strategic Alliance and Its Influence on the Performance of Small- and Medium-scale Enterprises in Enugu State, Nigeria. *Global Journal of Emerging Market Economies*, 12(2), 199–216. <https://doi.org/10.1177/0974910119896634>
- Qotrunnada, D., & Ansori, M. (2023). Analisis Hubungan Tingkat Partisipasi Masyarakat dengan Ekonomi Lokal dalam Pengembangan Agroeduwisata (Kasus: Kampung Agroeduwisata

- Organik Mulyaharja, Kecamatan Bogor Selatan, Kota Bogor, Jawa Barat). *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 7(1), 53–71. <http://ejournal.skpm.ipb.ac.id/index.php/jskpm/article/view/1059>
- Quansah, E., Hartz, D. E., & Salipante, P. (2022). Adaptive practices in SMEs: leveraging dynamic capabilities for strategic adaptation. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(7), 1130–1148. <https://doi.org/10.1108/JSBED-07-2021-0269>
- Rahayu, N. D., Awa, A., Yulianingsih, Y., & ... (2023). Peran Pengabdian Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Desa Banjarwangi Melalui Digital *Jurnal Pengabdian ...*, 30–34. <https://bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/6866%0Ahttps://bajangjournal.com/index.php/JPM/article/download/6866/5264>
- Rajala, A., & Hautala-Kankaanpää, T. (2022). Exploring the effects of SMEs' platform-based digital connectivity on firm performance – the moderating role of environmental turbulence. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 38(13), 15–30. <https://doi.org/10.1108/JBIM-01-2022-0024>
- Ramdan, M. R., Aziz, N. A. A., Abdullah, N. L., Samsudin, N., Singh, G. S. V, Zakaria, T., Fuzi, N. M., & Ong, S. Y. Y. (2022). SMEs Performance in Malaysia: The Role of Contextual Ambidexterity in Innovation Culture and Performance. *Sustainability (Switzerland)*, 14(3). <https://doi.org/10.3390/su14031679>
- Ranman, S. M. T., & Kabir, M. A. (2021). Role of Small and Medium Enterprise Clusters in Urban–Rural Linkage: A Study Based on Manufacturing SMEs of Khulna City, Bangladesh. *Environment and Urbanization ASIA*, 12(1), 27–39. <https://doi.org/10.1177/0975425321990385>
- Saragih, S., Nur, N., Junita, I., Kristine, F., Mariana, A., Widiastuti, R., & Lu, C. (2024). Penguatan Daya Saing UMKM melalui Pelatihan Manajemen Kualitas. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 337–346. <https://doi.org/10.35912/yumary.v4i3.2661>
- Seow, A. N., Choong, Y. O., Low, M. P., Ismail, N. H., & Choong, C. K. (2024). Building tourism SMEs' business resilience through adaptive capability, supply chain collaboration and strategic human resource. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 32(2). <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12564>
- Sulastri, S., Adam, M., Saftiana, Y., Nailis, W., & Putri, Y. H. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Penyusunan Rencana Bisnis Model Kanvas Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 121. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i1.6120>
- Zahreni, S., Handoyo, S., & Fajrianthi. (2023). Pengembangan Pola Pikir Kewirausahaan Pada Ibu-Ibu Ikbi Ptpn Xiv. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 29(2), 312–316.