

LAMPIRAN

Lampiran 1

Identitas Responden

No	Nama Responden	Usia
1	Rohani	49
2	Amsanih	48
3	Saripah	47
4	Mariyam	45
5	Halimah	38
6	Yusyianingrum	60
7	Susinarsih	38
8	Royati	50
9	Rosidah	50
10	Ayanih	32

Lampiran 2



Kisi – Kisi Instrumen

Pelatihan Pemasaran Abon Ikan Patin untuk Meningkatkan Kemampuan Pemahaman Pemasaran Anggota Kelompok Belajar Usaha (KBU) Ibu Ratu di Kelurahan Pancoran Mas, Depok

Variabel	Komponen	Indikator	Sub Indikator	Item
Pelatihan Pemasaran Abon Ikan Patin	1. Perencanaan	a. Analisis Kebutuhan	1) Identifikasi Masalah	
		b. Persiapan Program Pelatihan	2) Sosialisasi program pelatihan 3) Tujuan pelatihan 4) Penyusunan perencanaan pelatihan	
	2. Pelaksanaan	a. Instruktur Pelatihan	1) Kemampuan dalam menguasai materi pelatihan 2) Kemampuan dalam menyampaikan materi	

			<ul style="list-style-type: none"> 3) Kemampuan untuk interaksi dengan peserta pelatihan 4) Kemampuan dalam menggunakan metode pelatihan 5) Kemampuan dalam memotivasi peserta pelatihan 	
		b. Metode	<ul style="list-style-type: none"> 1) Kesesuaian metode dengan pelatihan 2) Metode yang bervariasi 3) Metode bersifat partisipatif dan interaktif 	
		c. Media	<ul style="list-style-type: none"> 1) Kesesuaian media dengan pelatihan 2) Kebermanfaatan media yang digunakan 	
		d. Materi	<ul style="list-style-type: none"> 1) Penggunaan materi/bahan pelatihan dalam media 2) Kesesuaian materi dengan 	

			tujuan pelatihan 3) Isi materi mudah untuk dipahami 4) Kelengkapan materi pelatihan 5) Kejelasan materi pelatihan	
		e. Fasilitas	1) Kondisi tempat pelatihan 2) Kelengkapan peralatan pelatihan	
	3. Evaluasi		1) Meningkatkan kemampuan berwirausaha 2) Menambah pengetahuan kewirausahaan dan pemasaran produk 3) Keberhasilan program pelatihan	

<p>Kemampuan Berwirausaha Anggota KBU</p>	<p>1. Kognitif</p>	<p>a. Pengetahuan</p>	<p>1) Peserta pelatihan mengetahui pengertian kewirausahaan</p> <p>2) Peserta pelatihan mengetahui karakteristik seorang wirausaha</p> <p>3) Peserta pelatihan mengetahui etika yang harus dimiliki seorang wirausaha</p>	
---	--------------------	-----------------------	---	--

Lampiran 3



Lembar Angket

Pelatihan Pemasaran Abon Ikan untuk Meningkatkan Kemampuan Pemahaman Pemasaran Anggota Kelompok Belajar Usaha (KBU) Ibu Ratu di Kelurahan Pancoran Mas, Depok

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Pada kesempatan kali ini saya sebagai mahasiswa Universitas Negeri Jakarta (UNJ) yang sedang melakukan penelitian mengenai "Pelatihan Pemasaran Abon Ikan Patin untuk Meningkatkan Kemampuan Pemahaman Pemasaran Anggota Kelompok Belajar Usaha (KBU) Ibu Ratu di Kelurahan Pancoran Mas, Depok" meminta partisipasi dari anda untuk mengisi kuesioner yang saya berikan. Informasi yang telah diberikan tidak akan disalahgunakan.

Saya berharap anda dapat mengisi kuesioner ini dengan jawaban yang sesuai dengan aktifitas yang anda lakukan sebagai peserta pelatihan, karena kesesuaian data tersebut sangat mempengaruhi hasil penelitian yang saya lakukan.

Demikian permohonan dari saya. Atas perhatiannya terima kasih.

Hormat Saya,
Peneliti

(Rika Rahmawati)

Identitas Responden

Nama :

Usia :

Ceklist (√) salah satu jawaban pada kolom yang sudah disediakan !

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	Fasilitator melakukan identifikasi masalah kepada peserta					
2	Program pelatihan pemasaran abon ikan patin merupakan pemecahan masalah yang ada di Kelompok Belajar Usaha (KBU) Ibu Ratu					
3	Fasilitator mensosialisasikan kegiatan pelatihan pemasaran abon ikan patin					
4	Tujuan kegiatan pelatihan pemasaran abon ikan patin sesuai dengan kebutuhan peserta					
5	Fasilitator melibatkan peserta dalam pembuatan perencanaan program pelatihan					
6	Pemateri menyampaikan materi pelatihan dengan jelas dan menarik					

7	Fasilitator menggunakan metode sesuai dengan materi yang disampaikan					
8	Fasilitator menggunakan media dalam pelatihan dengan baik					
9	Pemateri dapat menjawab pertanyaan yang diajukan peserta oleh peserta pelatihan					
10	Fasilitator melibatkan peserta dalam kegiatan pelatihan					
11	Fasilitator memotivasi peserta untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan pelatihan					
12	Menurut saya media yang digunakan sesuai dengan kebutuhan pelatihan					
13	Menurut saya media yang digunakan dalam pelatihan mempermudah peserta dalam mengikuti pelatihan					
14	Menurut saya materi yang disampaikan sesuai dengan tujuan pelatihan					
15	Menurut saya materi yang disampaikan mudah dipahami dan dimengerti oleh peserta					
16	Menurut saya materi yang disampaikan sangat jelas					

17	Menurut saya materi yang disampaikan sangat bermanfaat bagi kehidupan					
18	Metode yang digunakan mempermudah peserta dalam mempelajari pelatihan pemasaran abon ikan patin					
19	Menurut saya tempat yang disediakan sudah nyaman untuk melaksanakan pelatihan					
20	Menurut saya peralatan pelatihan yang digunakan sudah lengkap					
21	Menurut saya program pelatihan pemasaran abon ikan patin telah berhasil					
22	Saya dapat meningkatkan kemampuan pemahaman berwirausaha khususnya pemasaran produk					
23	Menambah pengetahuan saya mengenai kewirausahaan dan pemasaran produk					
24	Setelah mengikuti pelatihan saya mengerti arti kewirausahaan					
25	Setelah mengikuti pelatihan saya mengetahui karakteristik wirausaha					

26	Setelah mengikuti pelatihan saya mengetahui etika yang dimiliki wirausaha					
----	---	--	--	--	--	--

Keterangan : SS = Sangat Setuju

S = Setuju

R = Ragu-ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Lampiran 4



Lembar *Pre Test* dan *Post Test*

**Pelatihan Pemasaran Abon Ikan Patin untuk
Meningkatkan Kemampuan Pemahaman Pemasaran
Bagi Anggota Kelompok Belajar Usaha (KBU) Ibu
Ratu di Kelurahan Pancoran Mas, Depok**

Nama :

Usia :

Berilah tanda silang (x) untuk jawaban yang anda anggap benar !

1. Konsep dalam pemasaran kecuali.....
 - a. Konsep Produksi
 - b. Konsep Penjualan
 - c. Konsep Sosial
 - d. Konsep Pembeli
2. Bahan dasar pembuatan abon adalah.....
 - a. Ikan
 - b. Kunyit
 - c. Lidah buaya
 - d. Jahe

3. Berikut ini merupakan karakteristik wirausaha, kecuali.....
 - a. Dream
 - b. Destiny
 - c. Dollars
 - d. Adil

4. Keyakinan pribadi seseorang mengenai suatu perilaku, tindakan, atau keputusan benar dan salah, merupakan pengertian dari
 - a. Prinsip
 - b. Etika
 - c. Pemasaran
 - d. Kewirausahaan

5. Salah satu caru dalam pembuatan abon adalah...
 - a. Direbus
 - b. Dikukus
 - c. Dibakar
 - d. Digoreng

6. Bisnis tidak akan bertahan lama jika tidak ada kejujuran, merupakan prinsip dalam etika yaitu.....
 - a. Prinsip otonomi
 - b. Prinsip integritas moral
 - c. Prinsip kejujuran
 - d. Prinsip keadilan

7. Salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya adalah
- Penjualan
 - Pemasaran
 - Kreasi
 - Kewirausahaan
8. Berikut ini merupakan komunikasi yang baik dalam pemasaran, kecuali.....
- Pendekatan pemasaran
 - Sistem publikasi
 - Penjualan langsung
 - Tidak ramah dengan konsumen
9. Kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang adalah.....
- Inovasi
 - Kreativitas
 - Kreasi
 - Revolusi
10. Promosi besar-besaran merupakan ciri khas dari ...
- Konsep Penjualan (*Selling concept*)
 - Konsep Produksi (*Production concept*)

c. Konsep Pasar (*Marketing Konsep*)

d. Konsep Sosial (*Social concept*)

11. Seseorang dikatakan punya jiwa wirausaha jika, kecuali....

a. Pantang menyerah

b. Kreatif

c. Inovatif

d. Tidak mampu melihat peluang

12. Suatu wirausaha yang dijadikan sebagai pengukur kesuksesan bisnis,

karena tujuan wirausaha adalah....

a. Pemasaran

b. Penjualan

c. Keuntungan

d. Penyaluran barang

13. Berikut ini merupakan keunggulan dari abon ikan, kecuali...

a. Rendah lemak

b. Diet sehat

c. Protein tinggi

d. Mengurangi nafsu makan

14. Berikut tahapan-tahapan dari strategi pemasaran adalah.....

a. Penentuan pasar – perencanaan produk – manajemen harga –
distribusi - promosi

- b. Manajemen harga- penentuan pasar – perencanaan produk – promosi - distribusi
 - c. Distribusi – penentuan pasar – perencanaan produk – manajemen harga – promosi
 - d. Penentuan pasar – manajemen harga – perencanaan produk – distribuso - promosi
15. Untuk menarik perhatian konsumen maka produsen harus membuat kemasan dengan menarik yang merupakan strategi dalam pemasaran yaitu....
- a. Manajemen harga
 - b. Promosi
 - c. Perencanaan produk
 - d. Distribui
16. Perusahaan harus memiliki rasa tanggung jawab moral untuk melayani masyarakat sebagaik-baiknya adalah....
- a. Konsep sosial
 - b. Konsep pasar
 - c. Konsep penjualan
 - d. Konsep pemasaran
17. Berikut yang termasuk prinsip dalam etika bisnis kecuali....
- a. Prinsip ekonomi
 - b. Prinsip kejujuran

- c. Prinsip keadilan
- d. Prinsip saling menguntungkan

18. Karakteristik yang harus dimiliki seorang wirausaha agar bertanggung jawab terhadap tujuan usahanya adalah....

- a. Destiny
- b. Proaktif
- c. Destiny
- d. Detail

19. Produsen memusatkan perhatian pada selera konsumen adalah....

- a. Konsep sosial
- b. Konsep pasar
- c. Konsep produk
- d. Konsep penjualan

20. Berikut ini adalah strategi yang harus ada dalam pemasaran kecuali....

- a. Perencanaan Produk
- b. Distribusi
- c. Manajemen Harga
- d. Tanggung jawab

Lampiran 5



Lembar Jawaban *Pre Test* dan *Post Test*
Pelatihan Pemasaran Abon Ikan Patin untuk
Meningkatkan Kemampuan Pemahaman
Pemasaran Bagi Anggota Kelompok Belajar
Usaha (KBU) Ibu Ratu di Kelurahan Pancoran
Mas, Depok

1. d. Konsep Pembeli
2. a. Ikan
3. d. Adil
4. b. Etika
5. a dan b benar
6. c. Prinsip kejujuran
7. b. Pemasaran
8. d. Tidak ramah dengan konsumen
9. a. Inovasi
- 10.a. Konsep Penjualan (*Selling concept*)
- 11.d. Tidak mampu melihat peluang
- 12.c. Keuntungan

13.d. Mengurangi nafsu makan

14.a. Penentuan pasar – perencanaan produk – manajemen harga –
distribusi – promosi

15.c. Perencanaan produk

16.a. Konsep sosial

17.a. Prinsip ekonomi

18.c. Destiny

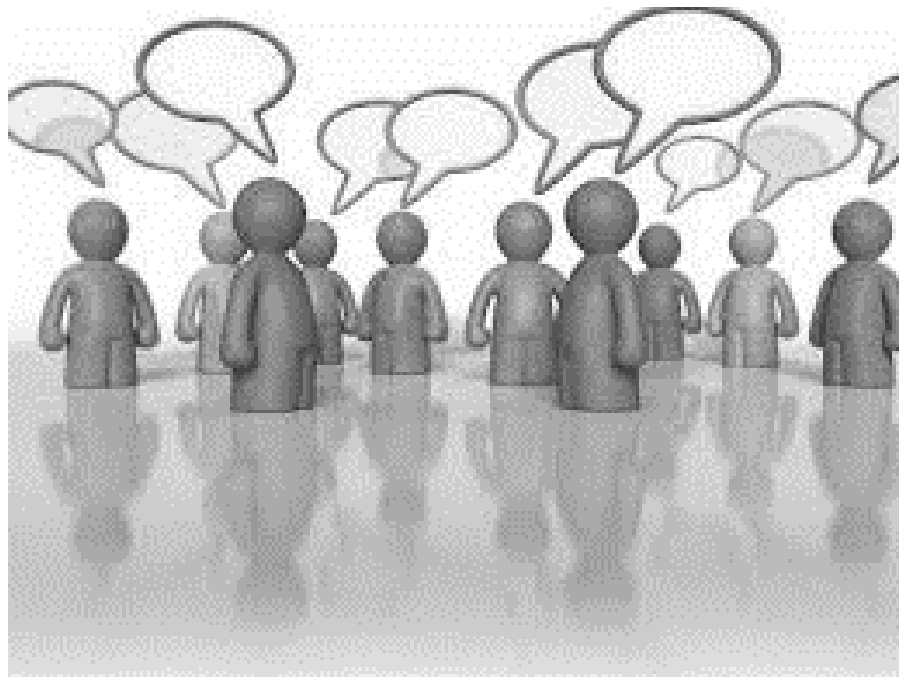
19.b. Konsep pasar

20.d. Tanggung jawab

Lampiran 6

BAHAN AJAR

**“PELATIHAN PEMASARAN ABON IKAN PATIN UNTUK MENINGKATKAN
KEMAMPUAN PEMAHAMAN PEMASARAN BAGI ANGGOTA KELOMPOK
BELAJAR USAHA (KBU) IBU RATU DI KELURAHAN PANCORAN MAS,
DEPOK”**



A. Kewirausahaan

1. Pengertian Kewirausahaan

Secara umum kewirausahaan adalah usaha untuk menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dijelaskan tentang pengertian wirausaha, yaitu: “Orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produk baru, menyusun operasi untuk pengadaan produksi baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya”.

Menurut Joseph Schumpeter dalam buku kewirausahaan menjelaskan bahwa Enterpreuner atau Wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru. Orang tersebut melakukan kegiatannya melalui organisasi bisnis yang baru ataupun bisa pula dilakukan dalam organisasi bisnis yang sudah ada,

2. Karakteristik Kewirausahaan

Seseorang dikatakan punya jiwa wirausaha bila jelo melihat peluang, pantang menyerah, kreatif dan inovatif, dan berani mengambil

risiko. Karakteristik seperti itulah yang mendorong maju tidaknya sebuah usaha.

Menurut Bygrave dalam buku *Stratgei Membangun Kerajaan Bisnis* mengatakan bahwa wirausahaan sukses bukanlah orang yang biasa-biasa saja, melainkan mereka yang mempunyai karakter khas. Bygrave membaginya menjadi 10 karakteristik, populer dengan sebutan 10Ds, yaitu:

1. *Dream*

Dapat diartikan sebagai impian. Seorang wirausahaan pastilah mempunyai mimpi, mempunyai visi atas masa depan. Bukan sekedar mimpi, seorang wirausahawan juga punya kemampuan untuk mewujudkan mimpinya.

2. *Decisiveness*

Artinya perencanaan. Sebelum melakukan sesuatu, wirausahawan memiliki perencanaan yang matang, agar segala sesuatunya dapat berjalan sesuai prosedur yang diinginkan. Kecepatan dan perencanaan yang matang adalah kunci sukses wirausaha.

3. *Doers*

Tidak bertindak lambat. Wirausahawan tidak perlu menunggu waktu untuk segera melakukan usaha. Mengulur-ngulur waktu artinya

menunda kesuksesan anda. Jadi, ketika ada rencana aksi, maka wirausahawan langsung mengimplementasikannya.

4. *Determination*

Dalam menjalankan bisnis, wirausahawan harus benar-benar memperhatikan usaha dijalankan. Mereka berkomitmen penuh atas usaha tersebut, bertanggungjawab terhadap segala kendala yang menghadang usaha serta pantang menyerah.

5. *Dedication*

Wirausahawan sangat berdedikasi atas bisnisnya. Mereka bekerja tanpa lelah, menjadikan usaha sebagai sahabat sejati, dan loyal terhadap usaha yang dijalankan.

6. *Devotion*

Seorang wirausahawan sangat mencintai pekerjaannya. Mereka tidak pernah lelah untuk menjalaninya karena menjalaninya dengan senang hati. Mereka sangat mencintai produk atau jasa yang dihasilkan, karena dapat dijual dengan efektif.

7. *Detail*

Wirausahawan harus dapat memperhatikan hal-hal kecil. Mereka tidak akan membiarkan hal sepele menyebabkan pasar tidak percaya lagi terhadap bisnis. Mereka tidak akan membiarkan hal sepele menyebabkan pasar tidak percaya lagi terhadap bisnisnya, yang dapat menyebabkan usaha gulung tikar.

8. *Destiny*

Wirasahawan bertanggung jawab terhadap tujuan usahanya, bebas dan tidak bergantung pada orang lain.

9. *Dollars*

Dollars yang dimaksud disini adalah uang. Dalam suatu wirausaha uang dijadikan sebagai pengukur kesuksesan bisnis, karena tujuan wirausaha adalah keuntungan.

10. *Distribute*

Wirasahawan memperhatikan setiap karakteristik orang-orang disekitarnya, yang pada akhirnya dapat menyalurkan kepemilikan bisnis kepada orang dipercaya (orang yang berdedikasi).

Karakteristik setidaknya menjadi penyaring alami seorang wirasahawan. Tanpa karakteristik yang khas, hanya akan membuat wirausaha sebagai ajang coba-coba. Banyak yang ingin menjalankannya, namun karena tidak memiliki karakter, akhirnya harus berhenti di tengah jalan.

3. Etika Kewirausahaan

Seorang wirausaha harus memiliki etika yang baik. Etika menentukan sejauh mana sesuatu dalam tingkah laku dan pengambilan keputusan dianggap baik atau buruk. Menurut Griffin dalam buku Strategi Membangun Kerajaan Bisnis, Etika (*ethics*) adalah keyakinan

pribadi seseorang mengenai apakah suatu perilaku, tindakan, atau keputusan benar atau salah. Etika bisnis menyangkut usaha membangun kepercayaan antara anggota masyarakat dengan perusahaan, dan ini merupakan elemen sangat penting buat suksesnya suatu bisnis dalam jangka panjang. Etika bisnis setidaknya memiliki lima prinsip yang dijadikan titik tolak pedoman perilaku dalam menjalankan praktik bisnis, yaitu :

a) Prinsip otonomi

Prinsip otonomi menunjukkan sikap kemandirian, kebebasan, dan tanggungjawab.

b) Prinsip kejujuran

Bisnis tidak akan bertahan lama jika tidak ada kejujuran, karena kejujuran merupakan modal utama untuk memperoleh kepercayaan dari mitra bisnisnya, baik kepercayaan komersial, material, maupun moral.

c) Prinsip keadilan

Prinsip keadilan menanamkan sikap untuk memperlakukan semua pihak secara adil, yaitu suatu sikap yang tidak membedakan dari berbagai aspek, baik dari aspek ekonomi, hukum, maupun aspek lainnya. Keadilan berarti tidak ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.

d) Prinsip saling menguntungkan

Prinsip ini menuntut agar semua pihak berusaha untuk saling menguntungkan satu sama lain.

e) Prinsip Integritas moral

Prinsip ini menyarankan dalam berbisnis selayaknya dijalankan dengan tetap menjaga nama baiknya dan nama baik perusahaan.

B. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen.

Pengertian pemasaran menurut Willian J. Stanton dalam buku Dasar-Dasar Manajemen pemasaran *marketing is a total sistem business desgined to plan, price, promote and distribute want satisfying products to target market to achieve organizational objectivites*. Pemasaran adala suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan

mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

2. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran merupakan dasar pemikiran bagaimana caranya aktivitas pemasaran dapat dilaksanakan berdasarkan suatu filsafat yang mantap, yang mengungkap pemasaran yang tangga dan bertanggung jawab. Tujuan utama konsep pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba, atau dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak.

Menurut Syahril Yusuf dalam buku Entrepreneurship ada lima konsep pemasaran yang berkembang, yaitu:

a) Konsep Produksi (production concept)

Konsep produksi bertitik tolak dari anggapan bahwa konsumen ingin produk yang berharga murah dan mudah didapatkan. Produsen yang menganut konsep ini akan membuat produksi secara massal, menekan biaya dengan efisiensi tinggi, sehingga harga pokok pabrik bisa ditekan dan harga jual lebih rendah dari pesaing. Konsep ini akan sangat berhasil jika memang belum banyak saingan dan konsumen belum memperhatikan kualitas.

b) Konsep Produk (product concept)

Pada saat barang masih langka di pasar, produsen memusatkan perhatian pada teknis pembuatan produk saja. Produsen belum memperhatikan selera konsumen. Produsen hanya membuat barang dengan *to please one self*, hanya menuruti bagaimana selera produsen sendiri.

c) Konsep Penjualan (selling concept)

Produsen membuat barang, kemudian menjual barang itu dengan berbagai teknik promosi. Konsep ini menekankan bahwa konsumen pasti akan mau membeli barang bila mereka dirangsang untuk membeli. Promosi besar-besaran adalah merupakan ciri-ciri khas *selling concept*.

d) Konsep Pasar (Marketing Concept)

Produsen tidak sekedar membuat barang dan tidak pula asal melancarkan promosi. Akan tetapi, produsen memusatkan perhatian pada selera konsumen.

e) Konsep Sosial (social concept)

Tingkat orientasi pada rasa tanggung jawab sosial dan kemanusiaan. Banyaknya kritik dan sorotan dari luar perusahaan, baik yang datang dan pemerintah maupun dari masyarakat melalui

lembaga konsumen. Perusahaan harus memiliki rasa tanggung jawab moral untuk melayani masyarakat sebaik-baiknya.

Lampiran 7



Rancangan Program

Pelatihan Pemasaran Abon Ikan Patin untuk Meningkatkan Kemampuan Pemahaman Pemasaran Bagi Anggota Kelompok Belajar Usaha (KBU) Ibu Ratu di Kelurahan Pancoran Mas, Depok

1. Judul Program

“Pelatihan Pemasaran Abon Ikan Patin untuk Meningkatkan Kemampuan Pemahaman Pemasaran Bagi Anggota Kelompok Belajar Usaha (KBU) Ibu Ratu di Kelurahan Pancoran Mas, Depok”

2. Tujuan Program

Tujuan pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan pemahaman pemasaran khususnya pemasaran abon ikan patin bagi anggota Kelompok Belajar Usaha (KBU) Ibu Ratu di Kelurahan Pancoran Mas, Depok

3. Manfaat Program

- Menambah kemampuan dan pengetahuan mengenai pemasaran
- Dapat menerapkan etika kewirausahaan dalam kehidupan sehari-hari

- Dapat meningkatkan kemampuan dan pengetahuan mengenai pemasaran

4. Sasaran Program

Sasaran program ini adalah anggota Kelompok Belajar Usaha (KBU) Ibu Ratu di Kelurahan Pancoran Mas, Depok

5. Kompetensi

- **Standar Kompetensi**

Memahami pemasaran sehingga dapat meningkatkan kemampuan pemahaman pemasaran pada anggota Kelompok Belajar Usaha (KBU) Ibu Ratu di Kelurahan Pancoran Mas, Depok

- **Kompetensi Dasar**

- Mampu dan memahami pemasaran
- Mampu dan menguasai cara pemasaran yang baik dan efektif

6. Materi (terlampir)

- Pengertian Kewirausahaan
- Karakteristik Kewirausahaan
- Etika Kewirausahaan
- Pengertian Pemasaran
- Konsep Pemasaran

7. Media

Media yang digunakan dalam pelaksanaan pelatihan pemasaran ini adalah :

- LCD dan Laptop yang digunakan untuk menyampaikan materi pelatihan
- Menggunakan *Power Point* yang ditampilkan secara menarik agar peserta pelatihan memperhatikan materi yang disampaikan
- Modul atau bahan ajar yang berbentuk *print out* yang berisi materi sebagai pedoman pelaksanaan pelatihan

8. Metode

- Metode ceramah dan tanya jawab yang digunakan narasumber untuk menjelaskan tujuan pelatihan dan materi pelatihan yang bersifat teori. Tanya jawab berguna untuk merangsang pemikiran peserta pelatihan agar aktif bertanya dan kritis menghadapi sebuah permasalahan yang pernah dialami terkait materi pelatihan.

9. Jumlah Peserta

Anggota Kelompok Belajar Usaha (KBU) Ibu Ratu yang menjadi peserta pelatihan berjumlah 10 orang

10. Tempat dan Waktu Pelaksanaan

- Tempat : Jl. Makam Pitara RT 01/RW 13 Kelurahan Pancoran Mas, Depok
- Waktu : 3 kali pertemuan (1 pertemuan 2 x 45 menit)

11. Narasumber

Rizqi Pirmansyah

12. Pelaksanaan

a. Pertemuan 1

- 1) Pertemuan pertama perkenalan fasilitator dan narasumber dengan anggota Kelompok Belajar Usaha (KBU) Ibu Ratu di Kelurahan Pancoran Mas Depok yang menjadi peserta pelatihan
- 2) Fasilitator memberikan penjelasan secara umum mengenai pelatihan yang akan dilaksanakan
- 3) Memberikan *pre test* sebelum pelaksanaan pelatihan pemasaran untuk mengetahui kemampuan peserta pelatihan
- 4) Narasumber menjelaskan materi mengenai pengertian kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan dan etika kewirausahaan
- 5) Mengadakan tanya jawab terkait dengan materi pelatihan yang sudah dijelaskan

b. Pertemuan 2

- 1) Narasumber menjelaskan materi mengenai pengertian pemasaran dan konsep pemasaran
- 2) Mengadakan tanya jawab terkait dengan materi pelatihan yang sudah dijelaskan

c. Pertemuan 3

- 1) Evaluasi/ membuat kesimpulan
- 2) Pemberian lembar *post test*
- 3) Pemberian lembar angket

13. Struktur Panitia Pelaksana

- MC : Puji Adi Masyaid
- Moderator : Rika Rahmawati
- Dokumentasi : Dewi Febriyanti
- Perlengkapan : Fahmi Canta Guntara
- Konsumsi : Linda Ayu Wulandari

14. Evaluasi

Evaluasi program pelatihan ini dilakukan untuk mengetahui efektifitas dan efesiensi program pelatihan. Evaluasi dilakukan narasumber bersamaan dengan anggota Kelompok Belajar Usaha (KBU) Ibu Ratu yang sudah mengikuti pelatihan. Evaluasi meliputi teori yang sudah dilaksanakan.

Lampiran 8



UNIT PROGRAM

**Pelatihan Pemasaran Abon Ikan Patin untuk
Meningkatkan Kemampuan Pemahaman Pemasaran
Bagi Anggota Kelompok Belajar Usaha (KBU) Ibu
Ratu di Kelurahan Pancoran Mas, Depok**

Tempat	: KBU Ibu Ratu di Jl. Makam Pitara RT 01/RW 013 Kelurahan Pancoran Mas, Depok
Sasaran	: Anggota Kelompok Belajar Usaha (KBU) Ibu Ratu
Bidang/ Materi Pokok	: Pemasaran abon ikan patin
Penanggung Jawab	: Rika Rahmawati
Hari/ Tanggal	: 13, 21, dan 27 Mei 2015
Pertemuan	: 3 (tiga) pertemuan
Alokasi Waktu	: 6 x 45 menit

A. Standar Kompetensi

Memahami pemasaran sehingga dapat meningkatkan kemampuan pemahaman pemasaran pada anggota Kelompok Belajar Usaha (KBU) Ibu Ratu di RT Kelurahan Pancoran Mas, Depok

B. Kompetensi Dasar

- Mampu dan memahami pemasaran
- Mampu dan menguasai cara pemasaran yang baik dan efektif

C. Indikator

- Mengetahui kemampuan pemasaran
- Mengetahui penerapan pemasaran yang baik dan efektif

D. Materi (terlampir)

- Pengertian kewirausahaan
- Karakteristik kewirausahaan
- Etika kewirausahaan
- Pengertian pemasaran
- Konsep pemasaran

E. Kegiatan Pembelajaran

Pertemuan ke – 1

1. Kegiatan Awal (15 menit)

- Absensi
- Doa pembuka

- Perkenalan fasilitator dan narasumber pelatihan dengan peserta pelatihan

2. Kegiatan Inti (65 menit)

- Fasilitator dan narasumber pelatihan menyampaikan secara umum tentang pelatihan yang akan dilaksanakan
- Memberikan lembar *pre-test* kepada peserta pelatihan
- Peserta pelatihan mengisi soal-soal yang ada pada lembar *pre-test*
- Pemberian modul atau bahan ajar kepada peserta pelatihan
- Narasumber menjelaskan materi mengenai pengertian kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan, dan etika kewirausahaan
- Narasumber dan peserta pelatihan melakukan tanya jawab mengenai materi

3. Kegiatan Penutup (10 menit)

- Peserta pelatihan mengulang informasi yang telah diterima dengan membuat kesimpulan
- Doa penutup

Pertemuan ke – 2

1. Kegiatan Awal (10 menit)

- Absensi

- Dia pembuka

2. Kegiatan Inti (70 menit)

- Narasumber menjelaskan materi mengenai pengertian pemasaran dan konsep pemasaran
- Narasumber dan peserta pelatihan melakukan tanya jawab materi

3. Kegiatan Penutup (10 menit)

- Peserta pelatihan memberikan kesimpulan terkait dengan materi yang sudah diberikan
- Doa penutup

Pertemuan ke -3

1. Kegiatan Awal (10 menit)

- Absensi
- Doa pembuka

2. Kegiatan Inti (70 menit)

- Evaluasi/ membuat kesimpulan
- Pemberian lembar *post-test*
- Peserta pelatihan mengisi lembar *post-test*
- Pemberian lembar angket
- Pengisian lembar angket

3. Kegiatan Penutup (10 menit)

- Peserta pelatihan memberikan kesimpulan secara keseluruhan mengenai materi dan kegiatan selama pelatihan
- Doa penutup

F. Metode Pembelajaran

- Metode Ceramah
- Metode Tanya Jawab

G. Media Pembelajaran

- Laptop
- LCD
- Bahan Ajar/modul
- ATK

H. Evaluasi

- Tertulis

Lampiran 10

Hasil tes pelatihan (*Pre Test* dan *Post Test*)

No	Responden	<i>Pre Test</i>	<i>Post Test</i>	Selisih
1	1	40	65	25
2	2	50	80	30
3	3	40	70	30
4	4	30	65	35
5	5	40	75	35
6	6	35	70	35
7	7	45	70	25
8	8	60	80	20
9	9	35	70	35
10	10	40	75	35
Jumlah		415	720	305
Rata-Rata		41,5	72	30,5

Dokumentasi



