

KEMANDIRIAN BERWIRUSAHA PEMUDA PRODUKTIF MELALUI PROGRAM PENDIDIKAN KECAKAPAN HIDUP (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha Kecimpring Binaan PKBM Ash-Shoddiq Desa Pagerwangi Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat)

Neng Nisa A. Firdani*
Ace Suryadi¹
Iip Saripah²

PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

Email: nengnisa.afirdani@gmail.com

ABSTRAK

Pengangguran di kalangan pemuda produktif sudah menjadi masalah besar di masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini dilatarbelakangi dari pentingnya pelaksanaan program pendidikan kecakapan hidup guna memberikan seseorang bekal pengetahuan, kemampuan fungsional praktis dan perubahan sikap untuk berusaha mandiri. Tujuan penelitian yaitu memperoleh data tentang gambaran kemandirian berwirausaha warga belajar, penerapan strategi 4P dalam program pendidikan kecakapan hidup dan hasil program pendidikan kecakapan hidup terhadap kemandirian berwirausaha warga belajar di PKBM Ash-Shoddiq. Landasan teori penelitian ini yaitu: konsep kemandirian, kewirausahaan, strategi *marketing mix* (4P), pemuda produktif, pendidikan kecakapan hidup dan pendidikan luar sekolah. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Subjek penelitian berjumlah empat partisipan yaitu satu orang penyelenggara, satu orang narasumber dan dua orang warga belajar. Berdasarkan kajian penelitian diperoleh hasil, yakni: 1) Gambaran kemandirian berwirausaha warga belajar program pendidikan kecakapan hidup belum memenuhi kriteria wirausaha yang mandiri secara keseluruhan, 2) Penerapan strategi 4P masih belum maksimal karena terkendala oleh modal dan kualitas dari sumber daya manusia yang masih terkungkung dengan pola lama. 3) Hasil pelaksanaan pembelajaran terhadap peningkatan aspek kognitif, afektif dan psikomotorik yaitu: *pertama*, peningkatan pengetahuan warga belajar terhadap manajemen kewirausahaan, manajemen keuangan, etika bisnis, teknik pengembangan keterampilan kecimpring dengan 4P. *Kedua*, munculnya motivasi dari warga belajar untuk melanjutkan studi ke tingkat yang lebih tinggi. *Ketiga*, dalam bentuk pengembangan produk.

Kata kunci: kemandirian berwirausaha, pendidikan kecakapan hidup.

¹ Penulis Penanggung Jawab

² Penulis Penanggung Jawab

ENTREPRENEURSHIP INDEPENDENCE OF PRODUCTIVE YOUTH THROUGH LIFE SKILLS EDUCATION PROGRAM (A Case Study Group Kecimpring Patronage Pkbm Ash-Shoddiq Pagerwangi Village, Lembang District, West Bandung Regency)

Neng Nisa A. Firdani*
Ace Suryadi³
Iip Saripah⁴

PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

Email: nengnisa.afirdani@gmail.com

ABSTRACT

The unemployment among productive youth has been becoming a major problem in the society. Hence, this research is conducted in order to explore the importance of life skills education to give them knowledge, practice functional skills and change their affective to get work independently. The goals of this research are to obtain the representative data's about entrepreneurship independence, 4P strategy implementation, and the results of life skills education program of learners in PKBM Ash-Shoddiq. Theoretical background of this research is based on: concept of independence, entrepreneurship, mix marketing strategy (4P), productive youth, life skills education and non-formal education. Case study method with qualitative approach was used and the data's were collected via interview technique, observation and documentation study. The research objects are consisted of four participants are an organizer, a resource person and two learners. The data's were analyzed and studied and bring in this following results: 1) The learners are still not fulfil the criteria of how independent entrepreneur should be taken, 2) 4P strategy implementation is not fully maximized because of lack of funding and the quality of human resources who still think out of date, 3) The result of the life skills education program towards cognitive, affective and psychomotor enhancement: *First*, the knowledge of the learners about entrepreneur and finance management, business ethic, and the creative improvement of *kecimpring* using 4P strategy, are gradually increase. *Second*, the learners motivation arise to continue their study even higher. *Third*, is about product improvement.

Keywords: entrepreneurship independence, life skills education

³ Penulis Penanggung Jawab

⁴ Penulis Penanggung Jawab

PENDAHULUAN

Globalisasi merupakan suatu fenomena yang dalam pandangan orang awam isinya berupa kemajuan, tetapi apa yang terjadi sesungguhnya tidaklah seindah yang dibayangkan. Globalisasi adalah suatu era yang di dalamnya berisi tantangan dan persaingan secara global sehingga dibutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas tinggi dalam menghadapi prosesnya.

Pemuda adalah salah satu bagian dari sumber daya manusia dan sebagai modal dasar bangsa ini yang memiliki kekuatan besar dalam pembangunan nasional yang lebih berkemajuan dan beradab. Apabila tidak dijadikan prioritas maka yang terjadi adalah fenomena pengangguran di kalangan pemuda akan semakin meningkat.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) kembali mencatat, pada bulan Februari 2014 hingga Februari 2015 jumlah pengangguran di Indonesia meningkat 300 ribu orang, dari 7,24 juta orang menjadi 7,45 juta orang. Jumlah pengangguran tersebut didominasi oleh pemuda di usia produktif pada 15 hingga 24 tahun (sumber: <http://www.bps.go.id/>). Melihat fenomena pengangguran di atas dirasa perlu adanya sebuah upaya pemberdayaan yang tepat terhadap pelaku pengangguran tersebut terutama pemuda pada usia produktif.

Upaya meningkatkan sumber daya manusia pada usia pemuda produktif salah satunya dengan melalui pendekatan pendidikan. Pendidikan nonformal salah satu jalur pendidikan yang berupaya dalam melakukan pemberdayaan terhadap pemuda produktif yakni melalui program pendidikan kecakapan hidup. Hal tersebut sejalan dengan terdapat Undang-undang No. 20 Tahun 2003 Pasal 26 Ayat (3) menyatakan: "Pendidikan nonformal meliputi pendidikan kecakapan hidup, pendidikan anak usia dini, pendidikan kepemudaan, pendidikan pemberdayaan perempuan, pendidikan keaksaraan, pendidikan keterampilan dan pelatihan

kerja, pendidikan kesetaraan, serta pendidikan lain yang ditujukan untuk mengembangkan kemampuan peserta didik".

Salah satu lembaga yang bergerak dalam bidang pemberdayaan kepemudaan adalah di Desa Pagerwangi adalah PKBM Ash-Shoddiq. Lembaga ini merupakan salah satu satuan pendidikan luar sekolah yang didirikan dari, oleh dan untuk masyarakat (DOUM) guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. PKBM Ash-Shoddiq yang berlokasi di Kampung Babakan Bandung RT 01/10, Ds. Pagerwangi, Kec. Lembang, Kab. Bandung Barat ini memiliki berbagai macam program pemberdayaan, salah satunya adalah program pemberdayaan pemuda produktif melalui pendidikan kecakapan hidup berupa keterampilan (*vocational skills*).

Adapun tujuan dari program ini adalah memberikan seseorang bekal pengetahuan, keterampilan dan kemampuan fungsional praktis serta perubahan sikap untuk bekerja dan berusaha mandiri, membuka lapangan kerja dan lapangan usaha serta memanfaatkan peluang yang dimilikinya sehingga dapat meningkatkan kualitas kesejahteraannya. Penulis merasa tertarik untuk mengkaji bagaimana kelompok usaha pemuda produktif yang diselenggarakan di bawah binaan PKBM Ash-Shoddiq ini mampu melahirkan pemuda yang dapat mandiri berwirausaha atau membuka lapangan kerja sendiri sehingga ia dapat *survive* dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-harinya. Oleh karena itu, penulis mengajukan sebuah judul: Kemandirian Berwirausaha Pemuda Produktif Melalui Program Pendidikan Kecakapan Hidup.

Berdasarkan uraian masalah di atas dapat dirumuskan masalah penelitian ini yaitu, 1) Bagaimanakah gambaran mengenai kemandirian berwirausaha warga belajar program pendidikan kecakapan hidup di PKBM Ash-Shoddiq?, 2) Bagaimanakah penerapan strategi 4P dalam

program pendidikan kecakapan hidup terhadap kemandirian berwirausaha warga belajar di PKBM Ash-Shoddiq?, 3) Bagaimanakah hasil program pendidikan kecakapan hidup terhadap kemandirian berwirausaha warga belajar di PKBM Ash-Shoddiq?

LANDASAN TEORITIS

1. Konsep Kemandirian

Menurut Parker (dalam Putra dkk., 2014) bahwa kemandirian juga dapat diartikan sebagai, “suatu kondisi seseorang yang tidak bergantung kepada otoritas dan tidak membutuhkan arahan secara penuh kepada orang lain”. Poin dari pendapat parker ini adalah kepada tidak bergantung pada orang lain secara penuh. Selain itu, seseorang yang disebut mandiri juga ia adalah pribadi yang menolak adanya keikut campurannya orang lain dalam usaha yang ia miliki sendiri (Ali, 2005). Begitu pula menurut Steinberg (2002), bahwa “kemandirian didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam bertingkah laku, merasakan sesuatu, dan mengambil keputusan berdasarkan kehendaknya sendiri”.

Seseorang dapat dikatakan mandiri jika memenuhi karakter dari mandiri. Menurut Lutfiansyah (2010) mengenai karakteristik seseorang mandiri yang dapat dilihat dari beberapa hal, yakni a) Memiliki rasa tanggungjawab, maksud dari rasa tanggungjawab di sini adalah adanya rasa atau kemauan serta kemampuan dalam diri seorang individu untuk melakukan sebuah kewajiban yang ia peroleh atau emban. Selain itu, rasa atau kemauan serta kemampuan tersebut juga tak lain untuk memanfaatkan hak hidupnya secara sah dan wajar. Berkaitan dengan hak dan kewajiban sudah pasti berbicara mengenai aturan-aturan atau norma-norma hidup yang berlaku dan dipegang kuat oleh suatu kelompok masyarakat. b) tidak bergantung pada orang lain, pada dasarnya setiap orang memiliki hak yang mana dari hak dasar dan relatif tersebut terbebas dari gangguan orang lain, serta dapat dipertahankan secara

mutlak karena memiliki kekuatan hukum yang jelas. Seseorang yang memiliki sikap mandiri sudah pasti ia tidak akan memanfaatkan hak orang lain untuk menjadikan hak tersebut untuk dirinya dan tidak hidup di tengah-tengah hak orang lain, Berkaitan dengan poin “bergantung pada orang lain”, Salim (dalam Mujani, 2002) menambahkan bahwa: “orang dewasa yang telah memiliki kematangan hidupnya tidak menggantungkan hidupnya pada orang lain dan tidak menggunakan hak orang lain untuk dijadikan sebagai fasilitas dirinya”. menurut Knowles (dalam Sudjana, 2004, hlm. 36) yang membahas mengenai salah satu asumsi belajar orang dewasa adalah bahwa, “semakin dewasa peserta didik konsep dirinya semakin berubah dan sikap ketergantungan terhadap pendidik menuju sikap mengarahkan diri dan saling belajar di antara mereka”. c) mampu memenuhi kebutuhan pokok minimal, memenuhi kebutuhan di sini bukan hanya memiliki arti pada hal ekonomi atau finansial belaka, akan tetapi ini juga mencakup semua kebutuhan baik yang bersifat jasmaniah maupun rohaniah, seperti belajar diterima dalam lingkungan sosial dengan cara belajar bergaul atau bersosialisasi dengan masyarakat sekitar, d) memiliki etos kerja yang tinggi, Hal ini ditandai oleh adanya ketekunan dalam bekerja, semangat kerja yang tinggi, memiliki prinsip keseimbangan kerja antara pemenuhan kebutuhan jasmani maupun rohaninya, e) disiplin, adalah mereka yang memiliki sikap konsisten dengan komitmen tentang pekerjaan, jika pekerjaan tersebut dapat memberikan manfaat baik bagi diri pribadinya maupun bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. f) berani mengambil resiko, karakteristik yang terakhir adalah bahwa orang yang mandiri tidak pernah merasa takut terhadap kegagalan dalam usahanya. Karena rasa takut dalam diri individu akan sangat mempengaruhi tingkah terhadap kebebasan berfikir, sehingga akan berpengaruh pula terhadap sikap dan prilakunya, termasuk rasa takut

dapat juga menjadi penghambat seorang individu untuk gesit bergerak dalam usahanya.

2. Konsep Kewirausahaan

Kewirausahaan secara bahasa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1998) berasal dari dua kata yaitu wira dan usaha. Kata *wira* berarti teladan atau patut di contoh, sedangkan *usaha* berarti berkemauan keras untuk memperoleh. Jadi wirausaha berarti mengarah kepada tenaga dan pikiran untuk mencapai suatu maksud. Sejalan dengan itu menurut Wijandi (dalam Lutfiansyah, 2007), pengertian wirausaha adalah Di dalamnya terdapat sifat-sifat keberanian, keutamaan, keteladanan dengan semangat dari diri sendiri dan dari seorang pendekar kemajuan, baik itu dalam hal kekaryaan pemerintahan maupun dalam hal kegiatan apa saja yang berasal dari luar pemerintahan dalam arti yang menjadi pangkal keberhasilan seseorang. Sedangkan pengertian wirausaha menurut Sumawijaya (dalam Alma, 2009, hlm. 24) adalah: Wirausaha adalah seorang pejuang kemajuan yang memiliki tujuan untuk mengabdikan diri kepada masyarakat agar dapat mewujudkan masyarakat yang beredukasi. Tekad seorang pejuang kemajuan ini tak lain untuk membantu kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat, memperluas kesempatan kerja, turut serta berdaya guna mengakhiri ketergantungan kepada luar negeri dan di dalam fungsi-fungsi tersebut selalu tunduk pada tertib hubungan lingkungannya.

Adapun beberapa ciri-ciri wirausaha menurut Alma (2009, hlm. 52) mengungkapkan ciri wirausaha adalah percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, keorsinilan, dan berorientasi kemasa depan. Sementara itu, menurut Herawaty (dalam Mally, 2005) seorang wirausaha harus menguasai kemampuan dan keterampilan seperti: a) daya pikir cerdas, b) kemampuan memimpin, c) membaca dan menciptakan peluang, d) Managerial (dalam bidang SDM, pemasaran, produksi, keuangan,

administrasi dan lain-lain), e) teknis dan teknologi, f) *Social engineering*, g) adaptasi dan sosialisasi (termasuk pengertian kemampuan pengendalian diri), h) komunikasi.

3. Konsep Strategi Marketing Mix (4P: Product, Price, Place dan Promotion)

Marketing mix merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang paling memuaskan. *Marketing mix* adalah variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, yang terdiri dari: produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap variabel-variabel yang tidak dapat dikendalikan. (dalam Alma, 2009).

a. Strategi product (produk)

Strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan suatu produk menurut Kasmir (2004) di antaranya,

- 1) Penentuan logo dan motto, baik logo maupun motto harus dirancang dengan benar. Pertimbangan logo dan motto adalah harus memiliki: (a) Arti, (b) Menarik perhatian, (c) Mudah diingat.
- 2) Menciptakan merek, merek adalah sesuatu yang tujuannya produk baik yang berupa barang atau jasa yang akan ditawarkan atau dikembangkan lebih dikenal. Merek juga sering diartikan sebagai nama, istilah, simbol, *design* atau kombinasi dari semuanya. Penciptaan merek harus mempertimbangkan faktor – faktor antara lain: (a) Mudah diingat, (b) Terkesan hebat dan modern, (c) Memiliki arti, (d) Menarik perhatian.
- 3) Menciptakan kemasan, Kemasan adalah bungkus atau produk.
- 4) Keputusan label, Label adalah sesuatu yang dilekatkan atau ditempelkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Di dalam label sendiri menjelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan

dibuat, cara menggunakannya dan informasi lainnya.

b. Strategi *price* (harga)

Harga merupakan sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku atau tidaknya produk yang ditawarkan. Harga di sini bukan berarti harga yang murah saja ataupun harga tinggi, akan tetapi yang dimaksudkan adalah harga yang tepat. Bagaimana menentukan harga yang tepat sangat tergantung kepada berbagai faktor, misalnya faktor harga pokok barang, kualitas barang, daya beli masyarakat, keadaan persaingan, konsumen yang dituju dan sebagainya (Alma, 2009, hlm. 202).

c. Strategi *place* (lokasi)

Menurut Kasmir (2009) terdapat hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah pertimbangan yakni: a) dekat dengan lokasi industri, b) dekat dengan lokasi perkantoran, c) dekat dengan lokasi pasar, d) dekat dengan lokasi pemerintah, e) dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat, f) mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi, g) sarana prasarana (jalan pelabuhan listrik dan lain-lain).

d. Strategi *promotion* (promosi)

Menurut Alma (2009, hlm. 205) terdapat empat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah:

- 1) Periklanan (*advertising*) adalah berita tentang barang dan jasa. periklanan (*advertising*) juga adalah bentuk presentasi atau penyajian dan promosi mengenai ide, barang-barang, atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu. Contoh iklan di media massa, media cetak atau elektronik, papan reklame, spanduk, poster, dan sebagainya.
- 2) *Personal selling* adalah presentasi melalui percakapan satu atau dua orang penjual untuk tujuan melakukan penjualan. *Personal selling* ini dapat terjadi di toko, rumah-rumah, tempat-

tempat perusahaan yang dikunjungi oleh agen-agen penjual.

- 3) *Sales promotion* adalah promosi penjualan yaitu memberi dorongan kepada pembeli hanya mau membeli suatu produk dengan imbalan akan mendapat hadiah atau bonus tertentu.
- 4) *Public relations atau publicity* tujuan dari *publicity* ini ialah untuk memberikan citra yang baik dari masyarakat terhadap perusahaan. Contoh *publicity* adalah mengundang para wartawan berkunjung ke perusahaan, memberikan wawancara kemudian memuat berita-berita perusahaan di surat kabar tanpa pembayaran.

4. Konsep Pemuda Produktif

Nurhasikin dalam sebuah artikel pada *website* resmi BKKBN yang berjudul Penduduk Usia Produktif dan Ketenagakerjaan, beliau menuliskan bahwa, “manusia dikatakan usia produktif, ketika penduduk berusia pada rentang 15-64 tahun. Sebelum 15 tahun, atau setelah 64 tahun tidak lagi masuk ke dalam usia produktif. Penduduk yang produktif akan membantu dalam kelancaran segi perekonomian dan pembangunan dalam satu wilayah” (sumber: www.bkkbn.go.id).

Pemuda atau generasi muda adalah konsep-konsep yang sering diberati oleh nilai-nilai, maksudnya adalah pemuda itu aset yang dimiliki oleh sebuah negara, maka jika pemuda memiliki nilai-nilai (kualitas) yang baik, maka negara tersebut akan maju karena pemudanya senantiasa dibina, diberi kecakapan (*skills*) sesuai kebutuhannya juga selain itu diberi bekal pengetahuan (*knowledge*) dan sikap (*attitude*) (Abdullah dkk, 1994, hlm. 1).

5. Konsep Pendidikan Kecakapan Hidup

Konsep tentang kecakapan hidup (*life skills*) merupakan salah satu fokus analisis di dalam pengembangan kurikulum pendidikan yang lebih mengedepankan pada kecakapan untuk hidup atau bekerja. Menurut Brolin (dalam Anwar, 2006, hlm.

20) menjelaskan bahwa, “*Life skills constitute a continuum of knowledge and attitude that are necessary for a person to function effectively and to avoid interruptions of employment experience*”.

Brolin memaparkan bahwa yang dimaksud kecakapan hidup (*life skills*) adalah sesuatu yang kontinum (berkelanjutan) dari pengetahuan dan sikap yang penting untuk seseorang agar mendapatkan fungsi yang efektif dan berpengaruh terhadap pengalaman hidup pegawai. Kecakapan hidup dapat dinyatakan sebagai kecakapan untuk hidup (*experience*). Istilah hidup, tidak semata-mata memiliki kemampuan tertentu saja (*vocational job*), namun ia harus memiliki kemampuan dasar pendukungnya secara fungsional seperti membaca, menulis, menghitung, merumuskan, dan memecahkan masalah, mengelola sumber daya, bekerja dalam tim, terus belajar di tempat kerja, mempergunakan teknologi.

Pendidikan kecakapan hidup lebih luas dari sekedar keterampilan bekerja, karena dalam pendidikan kecakapan hidup ini warga belajar diarahkan serta dibimbing agar mereka memiliki keberanian dan kemauan untuk merubah kondisi kehidupan mereka, bahkan diharapkan dengan keterampilan yang diperoleh itu dapat menjadi solusi dalam berbagai masalah yang dihadapi. Sejalan dengan hal tersebut, menurut Undang Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 26 ayat 3 menyatakan bahwa, “Pendidikan kecakapan hidup adalah pendidikan yang memberikan kecakapan personal, kecakapan sosial, kecakapan intelektual, dan kecakapan vokasional untuk bekerja atau usaha mandiri”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus (*case study*). Adapun langkah-langkah penelitian yang ditempuh yaitu, mula-mula menyusun rancangan/proposal penelitian yang diajukan kepada dewan skripsi. Setelah

rancangan disetujui kemudian dikonsultasikan kepada pembimbing. Kegiatan selanjutnya yaitu mengurus masalah perizinan, yang dimulai dari lingkungan jurusan, fakultas sampai ke lembaga pemerintahan yang berkaitan dengan tujuan penelitian ini. Agar mempermudah serta membantu proses pengumpulan data, maka peneliti mempersiapkan perlengkapan penelitian seperti: pedoman wawancara, pedoman observasi untuk pengelola, nara sumber, dan responden warga belajar (lulusan), kemudian mempersiapkan peralatan seperti alat tulis dan rekam. Selanjutnya adalah langkah dalam pelaksanaan ke lapangan yakni kegiatan umum dalam pengumpulan data dan melakukan analisis data terhadap hasil pengumpulan data tersebut. Lalu selanjutnya melakukan langkah pelaporan yakni kegiatan triangulasi. Triangulasi adalah pengecekan, pemeriksaan dari data yang telah diperoleh di lapangan terutama untuk memperoleh keabsahan data. Pada tahap ini dilakukan kegiatan membandingkan hasil observasi dengan hasil wawancara dan membandingkan hasil wawancara warga belajar (lulusan) dengan orang lain. Hal ini pun sejalan dengan apa yang menjadi pendapat Patton (dalam Lutfiansyah, 2010) menjelaskan bahwa kegunaan triangulasi adalah untuk membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan orang secara pribadi, hasil wawancara dengan dokumen yang berkaitan. kemudian dilakukan penyusunan laporan hasil pengumpulan data dan menggandakan laporan yang telah disusun.

Partisipan atau subjek penelitian dalam penelitian ini adalah sebanyak empat partisipan, dua partisipan adalah lulusan program pendidikan kecakapan hidup, dua yang lain adalah pengelola dan narasumber. Adapun penelitian ini dilakukan di PKBM Ash-Shoddiq yang beralamatkan Kampung Babakan Bandung RT 01/10, Desa

Pagerwangi, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat.

Teknik pengumpulan data peneliti pada awal menggunakan wawancara dan observasi baik secara terstruktur maupun tidak. Selain itu, dokumentasi yang dalam pengumpulan data ini peneliti melihat data dari profil PKBM, proposal pelatihan keterampilan, dokumen profil PKBM Ash-Shoddiq, dokumen hasil evaluasi pembelajaran pelatihan dan dokumentasi foto-foto.

Analisis data dilakukan sesuai dengan ketentuan penelitian kualitatif, yaitu diinterpretasikan dan dianalisis secara terus menerus sejak awal hingga akhir penelitian. Analisis data merupakan proses mengurutkan dan mengamati secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan (hasil observasi) dan bahan-bahan yang ditemukan untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diamati dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Dalam hal ini langkah-langkah yang ditempuh yaitu: 1) reduksi data, 2) *display* data, dan 3) mengambil kesimpulan dan verifikasi. Hal ini sejalan dengan menurut pendapat Nasution (dalam Lutfiansyah, 2010) bahwa “analisis data secara umum mengikuti langkah-langkah berikut yaitu reduksi data, *display* data dan mengambil kesimpulan dan verifikasi”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Kemandirian Berwirausaha Warga Belajar Program Pendidikan Kecakapan Hidup

Seseorang dapat dikatakan mandiri jika memenuhi karakteristik dari mandiri. Menurut Lutfiansyah (2010) mengenai karakteristik seseorang mandiri yang dapat dilihat dari beberapa hal, yakni:

a. Tanggungjawab

Dilihat dari tanggungjawab warga belajar sebagai pengurus dan anggota cukup baik. Hal tersebut ditandai dari warga belajar yang mengetahui dan melaksanakan kewajiban sebagai pengurus (bendahara) adalah mencatat segala

pengeluaran dan pemasukan kelompok usaha. Bukan hanya mencatat, akan tetapi menjaga amanah materil baik pengeluaran maupun pemasukan dari kelompok yang berusaha untuk mengontrolnya. Begitupula sebagai anggota adalah warga belajar selalu ikut berpartisipasi dalam memproduksi kecimpring. Walaupun jika diingat bahwa sekarang warga belajar sudah jarang memproduksi kecimpring matang, akan tetapi di dalam diri mereka masih ada rasa atau keinginan serta kemampuan untuk melaksanakan kewajiban tersebut. Sejalan dengan pendapat Lutfiansyah (2010) berpendapat bahwa rasa tanggungjawab di sini adalah adanya rasa atau kemauan serta kemampuan dalam diri seorang individu untuk melakukan sebuah kewajiban yang ia peroleh atau emban dan selain itu memanfaatkan hak hidupnya secara sah dan wajar. Berkaitan dengan hak dan kewajiban sudah pasti berbicara mengenai aturan-aturan atau norma-norma hidup yang berlaku dan dipegang kuat oleh suatu kelompok masyarakat.

b. Tidak bergantung pada orang lain

Berdasarkan hasil temuan bahwa gambaran kemandirian berwirausaha dilihat dari poin tidak bergantung pada orang lain warga belajar adalah ada kecenderungan bergantung pada pihak pengelola dan narasumber dalam pemasaran (promosi), itu artinya kepercayaan diri warga belajar masih terbilang kurang. Sejalan dengan hal tersebut, Salim (dalam Mujani, 2002) berpendapat bahwa, “Orang dewasa yang telah memiliki kematangan dalam hidup ialah mereka yang tidak menggantungkan hidupnya kepada orang lain”.

Apabila dikaitkan antara pendapat Salim dengan kondisi warga belajar yang masih kurang dalam pemasaran (promosi) bahkan cenderung bergantung pada orang lain artinya tidak ada kesesuaian antara teori dengan kondisi lapangan. Walaupun termasuk usia produktif dimana menurut teori dapat membantu dari segi perekonomian dan pembangunan dalam

satu wilayah, akan tetapi kembali lagi pada pribadi masing-masing individu tersebut, juga apabila melihat usia warga belajar yang masih dalam proses transisi dari fase remaja akhir ke dewasa awal sehingga masih memerlukan proses untuk menjadi orang dewasa yang mapan, orang dewasa yang menurut Knowles (dalam Sudjana, 2004, hlm. 36) yang membahas mengenai salah satu asumsi belajar orang dewasa adalah bahwa, “semakin dewasa peserta didik konsep dirinya semakin berubah dan sikap ketergantungan terhadap pendidik menuju sikap mengarahkan diri dan saling belajar di antara mereka”. Jika merujuk pada apa yang diucapkan oleh Knowles tersebut, tentu pada akhirnya waktu yang membuat seseorang itu dapat berubah.

c. Mampu memenuhi kebutuhan pokok minimal

Warga belajar merasa bahwa usaha ini kurang memenuhi kebutuhan, karena keuntungan yang diperoleh sekitar Rp. 400.000/2 bulan, kemudian dibagi secara merata dengan 5 orang, masing-masing memperoleh kisaran Rp. 70.000 sehingga uang tersebut oleh warga belajar hanya sekedar menambah uang saku saja. Warga belajar yakin walaupun itu tidak memenuhi kebutuhan pokok, akan tetapi warga belajar belajar bersosialisasi dengan pemuda lain, belajar bekerja dalam tim walaupun sekarang sudah vakum. Sejalan dengan itu Lutfiansyah (2010) berpendapat bahwa, “Dalam konsep kemandirian mengenai kebutuhan minimal yang dimaksud adalah bukan saja kebutuhan ekonomi, akan tetapi mencakup semua kebutuhan baik yang bersifat jasmaniah maupun rohaniah, seperti belajar diterima dalam lingkungan sosial, berbuat dan lain sebagainya”.

Berdasarkan pendapat di atas adalah sesuai dengan pendapat warga belajar mengenai poin ini bahwa memenuhi kebutuhan di sini bukan hanya mengenai kebutuhan ekonomi semata, akan tetapi mengenai rohaniah atau nonfisik berupa nilai yang dapat diambil seperti belajar untuk memenuhi kebutuhan bersosialisasi

dengan masyarakat sekitar adalah salah satu contohnya. Walaupun secara finansial terbukti kurang dapat memenuhi untuk kebutuhan sehari-hari dirinya dan keluarga, namun setidaknya dengan keuntungan tersebut dapat membantu meringankan beban orangtua ketika memberi uang jajan pada warga belajar menjadi lebih ringan bebannya, karena warga belajar memperoleh tambahan uang dari keuntungan usaha kecimpring.

d. Tekun

Warga belajar termasuk yang rajin hadir saat memproduksi kecimpring matang. Walaupun L1 sekarang sudah jarang memproduksi, akan tetapi L2 masih memproduksi kecimpring mentah hingga saat ini. Namun yang jelas, warga belajar merasa yakin bahwa ketika seseorang gigih dan tekun menekuni sesuatu, maka kesuksesan akan diperoleh walaupun dalam jangka waktu yang tidak sebentar, semua perlu proses. Sejalan dengan pendapat Nawawi dan Martini (1994, hlm. 195) tentang salah satu karakteristik kemandirian seperti, “mengetahui bahwa sukses adalah kesempatan yang menuntut perjuangan hidup yang keras bukan hadiah, menggunakan otak untuk mendorong dan menolong diri sendiri menuju sukses”.

Berdasarkan pendapat tersebut adalah sesuai dengan pendapat salah satu warga belajar mengenai salah satu karakteristik kemandirian dilihat dari poin ketekunan yang dapat berpengaruh pada kesuksesan seseorang di masa depan. Walaupun warga belajar lainnya tidak menyibukkan diri dalam produksi kecimpring karena harus kuliah, tapi ia pun ada keinginan untuk berusaha tekun dalam mempromosikan produk kecimpring kepada teman-temannya di kampus.

e. Disiplin

Warga belajar termasuk disiplin saat hadir pada kegiatan bimbingan (pendampingan) dengan tepat waktu. Pendampingan terhadap kelompok pemuda dilaksanakan setiap bulannya, walaupun sekarang sudah jarang sekali diadakan

bimbingan karena beberapa kendala. Kemudian mengingat sekarang kelompok pemuda sudah tidak memproduksi kecipring matang, salah satu alasannya adalah masing-masing warga belajar telah sibuk dengan aktivitasnya, artinya tidak memiliki 1 tujuan lagi. Menurut N dalam berwirausaha itu perlu komitmen yang kuat dari setiap anggota dalam kelompok, karena jika tidak, sekarang ini yang terjadi adalah anggota dan pengurus kelompok pada akhirnya memutuskan untuk berhenti (vakum) untuk sementara. Di sini yang dapat diambil pelajaran adalah pentingnya konsistensi dalam bekerja tim, dan merujuk pada pendapat yang dikemukakan juga oleh Lutfiansyah (2010) bahwa, “salah satu ciri yang dimiliki oleh individu yang bersikap dan berperilaku mandiri adalah memiliki sikap yang konsisten dengan komitmen tentang pekerjaan, asalkan pekerjaan tersebut dapat memberikan nilai manfaat baik bagi diri pribadinya maupun bagi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya”.

Berdasarkan pendapat di atas dengan kondisi warga belajar di lapangan masih kurang sesuai secara penuh karena sekarang untuk sementara warga belajar sedang vakum dalam memproduksi kecipring matang.

f. Berani mengambil resiko

Warga belajar adalah masih kurang maksimal. Maksudnya hal tersebut dilihat dari adanya perasaan khawatir dalam diri kedua warga belajar dalam memproduksi produk kecipring matang karena kurangnya minat dari masyarakat di sekitar, selain itu juga kurang memiliki kemampuan dalam memasarkan produk ke tempat-tempat yang strategis. Tidak berani mengambil resiko, karena warga belajar takut memperoleh kegagalan, selain itu warga belajar juga terbatas dalam hal modal. Jika seperti itu artinya belum menjadi seseorang yang telah mandiri, seperti menurut Lutfiansyah (2010) bahwa individu yang mandiri adalah selalu melaksanakan sesuatu berdasarkan

keyakinan dirinya dan bukanlah karena dorongan orang lain, dan yang lebih penting adalah bahwa orang yang mandiri tidak memiliki rasa takut akan kegagalan dari usahanya. Karena rasa takut yang bercokol dalam diri individu akan sangat mempengaruhi tingkah terhadap kebebasan berfikir, sehingga akan berpengaruh pula terhadap sikap dan prilakunya.

2. Penerapan Strategi 4P (*Product, Place, Price, Promotion*) dalam Program Pendidikan Kecakapan Hidup

a. *Product/* produk

Kampung Babakan Bandung ini adalah tempat dimana tidak sedikit warga yang bermata pencaharian sebagai produsen produk kecipring mentah. Dan akan disayangkan apabila mereka hanya memproduksi dalam bentuk mentah saja, melihat pasar yang begitu berkembang akhirnya pihak pkbm berinisiatif untuk mengembangkan produk kecipring mentah menjadi bentuk matang yang lebih menarik dan lebih meningkatkan jumlah penjualan. Selain itu juga kebutuhan pengembangan ini adalah mencegah kebosanan konsumen terhadap produk kecipring ini sehingga perlu adanya inovasi baru agar lebih menarik konsumen. Di zaman yang modern ini juga adalah harus lebih gencar dalam berwirausaha, memanfaatkan peluang yang ada di pasar. Hal tersebut selaras dengan pendapat Alma bahwa tujuan mengadakan pengembangan produk antara lain, adalah: 1) memenuhi keinginan konsumen, 2) memenangkan persaingan, 3) meningkatkan jumlah penjualan, 4) mendayagunakan sumber-sumber produksi, serta 5) mencegah kebosanan konsumen” (2009, hlm. 207). Jadi untuk teori tersebut dengan kondisi di lapangan adalah sesuai.

Narasumber menyampaikan materi kewirausahaan termasuk strategi 4P ini secara teknis saja, lebih menggunakan metode diskusi agar warga belajar yang hadir dapat ikut terlibat. Strategi mengembangkan produk kecipring ini

dengan berinovasi seperti membuat kecipring matang, berlabel halal dari MUI, menciptakan kemasan yang menarik terbuat dari plastik dimana kemasan tersebut diberi desain gambar anak kecil berkopeah sambil memakan kecipring, juga disertai dengan tulisan semacam bentuk penarik perhatian seperti: “Gurih dan nikmat!” dan “Juaranya kecipring!”. Selain itu ada stiker yang ditempelkan di dalam kemasan yang bertulisan “Valipala”, stiker tersebut ditempelkan di setiap produk makanan-makanan termasuk makanan ringan kecipring ini. dalam baik dalam kemasan atau poster yang diletakkan saat acara bazar atau seminar di kampus UPI guna menjadi bentuk stimulus dalam mengundang calon pembeli.

Kelompok usaha kecipring berusaha memberikan yang terbaik dalam strategi pengembangan produknya, dan strategi tersebut sesuai dengan pendapat menurut Kasmir (2004) bahwa, “strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan suatu produk di antaranya adalah: (a) penentuan logo dan moto, (b) menciptakan merek, (c) menciptakan kemasan, dan (d) keputusan label”. Jadi, penerapan strategi produk di lapangan terlihat telah sesuai dengan teori tersebut.

b. Price/ harga

Dalam menentukan harga produk kecipring matang ini adalah Rp. 6.000/bungkus hasil kesepakatan kelompok. Adapun itu disesuaikan dengan pengeluaran produksi. Misalnya pembuatan kecipring adalah dilihat dari berapa harga setiap singkong perkilo, atau kalkulasi dari bahan-bahan masakan atau bumbu/rempah-rempah yang harus dibeli, kemudian pencetakan kemasan berupa plastik yang telah diberi inovasi gambar. Menurut P dan N pada dasarnya memberikan saran mengenai harga adalah harus disesuaikan dengan kualitas produk. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Alma (2009, hlm. 202) bahwa harga di sini bukan berarti harga yang murah saja ataupun harga tinggi, akan tetapi yang dimaksudkan adalah harga yang

tepat. Bagaimana menentukan harga yang tepat sangat tergantung kepada berbagai faktor, misalnya faktor harga pokok barang, kualitas barang, daya beli masyarakat, keadaan persaingan, konsumen yang dituju dan sebagainya.

c. Place/ lokasi

Dalam mengembangkan kecipring dapat melalui pemilihan tempat. Narasumber telah menjelaskan bahwa dalam berwirausaha pemilihan lokasi itu sangat penting diperhatikan dan dapat berpengaruh dalam keberhasilannya. Tempat juga dapat menjadi salah satu faktor yang menyebabkan wirausawan berhasil dalam bisnisnya.

Jika banyak konsumen di Babakan Bandung yang protes mengenai harga, juga selain itu di Babakan Bandung sendiri sebagian besar warga memproduksi kecipring sehingga kurang tepat jika lokasi usaha ini hanya di sekitar sana. Jika seperti itu perlu dipertimbangkan kembali mengenai penentuan lokasi, artinya memilih lokasi yang calon konsumen masih dirasa asing dengan produk kecipring matang sehingga tidak akan ada lagi masalah mengenai banyaknya pesaing dalam bisnis kecipring. Terkait mempertimbangkan jumlah pesaing ini selaras dengan teori dari Kasmir (2009) bahwa ada hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah pertimbangan sebagai berikut: a) dekat dengan lokasi industri, b) dekat dengan lokasi perkantoran, c) dekat dengan lokasi pasar, d) dekat dengan lokasi pemerintah, e) dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat, f) mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi, g) sarana prasarana (jalan pelabuhan listrik dan lain-lain).

Apa yang narasumber sampaikan adalah sesuai pada poin “f” dimana pertimbangan tempat adalah dilihat dari jumlah pesaingnya, semakin banyak pesaing maka cenderung akan sulit produk dikenal konsumen jika tidak ada ciri khas yang menonjol. Oleh karena itu, solusi dari hal tersebut adalah mencari tempat di luar

Babakan Bandung (kota) yang masih dirasa asing terhadap produk kecipring.

d. Promotion/ promosi

Antara promosi dan produk tidak dapat dipisahkan, ini adalah dua sejoli yang saling berangkulan untuk suksesnya pemasaran. Di sini harus ada keseimbangan dimana produk yang baik adalah produk yang sesuai selera konsumen, diiringi dengan teknik promosi yang tepat akan sangat membantu suksesnya usaha *marketing*. Berikut adalah teknik promosi menurut Alma (2009, hlm. 205) yang dapat digunakan dalam memasarkan produk: 1) Periklanan (*advertising*) adalah berita tentang barang dan jasa. periklanan (*advertising*) juga adalah bentuk presentasi atau penyajian dan promosi mengenai ide, barang-barang, atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu. Contoh iklan di media massa, media cetak atau elektronik, papan reklame, spanduk, poster, dan sebagainya. 2) *Personal selling* adalah presentasi melalui percakapan satu atau dua orang penjual untuk tujuan melakukan penjualan. *Personal selling* ini dapat terjadi di toko, rumah-rumah, tempat-tempat perusahaan yang dikunjungi oleh agen-agen penjual. 3) *Sales promotion* adalah promosi penjualan yaitu memberi dorongan kepada pembeli hanya mau membeli suatu produk dengan imbalan akan mendapat hadiah atau bonus tertentu. 4) *Public relations atau publicity* tujuan dari *publicity* ini ialah untuk memberikan citra yang baik dari masyarakat terhadap perusahaan.

Berdasarkan empat poin di atas, dapat peneliti analisis bahwa teknik promosi yang dilakukan oleh warga belajar atas saran dari narasumber adalah melalui teknik periklanan (*advertising*) ini yakni berupa poster yang biasanya disimpan saat bazar di kampus UPI saat acara seminar di jurusan Pendidikan Luar Sekolah. Poster tersebut Promosi melalui periklanan lain yakni melalui syuting sinetron *Preman Pensiun RCTI* yang menceritakan kisah

Kang Mus berjualan kecipring di Babakan Bandung.

Teknik selanjutnya adalah *personal selling*, artinya warga belajar dapat melakukan pemasaran melalui percakapan satu atau dua orang calon pembeli yang akan menjadi penjual untuk tujuan melakukan penjualan. Hal tersebut pernah diaplikasikan oleh warga belajar yakni terjadi ketika informan L1 sekarang kuliah, Namun, teknik ini tidak bertahan lama karena ada beberapa kendala yang dihadapi warga belajar seperti modal yang terbatas dan lain sebagainya.

3. Hasil Program Pendidikan Kecakapan Hidup terhadap Kemandirian Berwirausaha Warga Belajar

a. Pengetahuan

Setelah mengikuti pelatihan pendidikan kecakapan hidup, keadaan pengetahuan kedua responden meningkat terhadap manajemen kewirausahaan, manajemen keuangan, etika berbisnis, pengelolaan teknik pengembangan keterampilan kecipring yang di dalamnya pengembangan dalam hal *product, price, place* dan *promotion*.

b. Sikap

Warga belajar kurang memiliki kepercayaan diri dalam mempromosikan produk, itu jadi penghambat gerak langkah mereka. Itu membuktikan bahwa secara umum sikap warga belajar belum dapat dikategorikan sebagai wirausaha, karena menurut Wijandi (dalam Lutfiansyah, 2007), pengertian wirausaha adalah: "sifat-sifat keberanian, keutamaan, keteladanan dengan semangat yang bersumber dari kekuatan sendiri, dari seorang pendekar kemajuan, baik dalam kekaryaan pemerintahan maupun dalam kegiatan apa saja di luar pemerintahan dalam arti yang menjadi pangkal keberhasilan seseorang".

Jadi, jika berkiblat pada teori tersebut terlihat bahwa warga belajar kurang dapat memberanikan diri untuk gencar mempromosikan produk yang mereka kembangkan ke berbagai daerah.

c. Keterampilan

Warga belajar telah terampil dalam hal memanfaatkan perolehan pengetahuannya untuk berwirausaha dan mengembangkan keterampilan kecimpring dengan bantuan modal dari PKBM Ash-Shoddiq binaan Lab. PLS UPI. Walaupun kini kelompok usaha pemuda memproduksi hanya sesuai pesanan tapi setidaknya warga belajar telah memiliki keterampilan di dalam memproduksi kecimpring yang telah dikembangkan. Sejalan dengan pendapat Colletta dan Radcliffe (dalam Sudjana, 2004, hlm. 37) bahwa “pendidikan di lingkungan masyarakat dan lembaga (PLS) lebih mengutamakan keluarannya dalam ranah psikomotorik atau *skills*”. Artinya antara teori dan kondisi di lapangan dapat dikatakan sesuai, walaupun kini warga belajar tidak mengaplikasikan keterampilan tersebut secara rutin atau tidak menjadikan usaha tersebut sebagai satu-satunya usaha yang dimiliki, namun menjadi seperti sampingan sekiranya ada yang memesan, maka akan memproduksi.

Hasil program pendidikan kecakapan hidup lainnya adalah bagi beberapa warga belajar di kelompok usaha pemuda adalah melek pendidikan. Sebagian warga belajar melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan dari ketiga pertanyaan penelitian yang telah dibahas sebelumnya a bahwa gambaran kemandirian berwirausaha warga belajar pemuda produktif di kelompok usaha binaan PKBM Ash-Shoddiq ini dinyatakan belum memenuhi kriteria wirausaha yang mandiri secara keseluruhan, hanya beberapa karakteristik yang dimiliki oleh warga belajar.

Penerapan strategi 4P masih belum maksimal karena terkendala oleh modal dan kualitas dari sumber daya manusia yang masih terkungkung dengan pola lama dimana merubah pola pikir tersebut perlu waktu yang relative tidak singkat, pengelola perlu bekerja lebih keras dalam

proses pendampingan terhadap warga belajar jika memang ingin produk kecimpring ini dikembangkan kembali.

Hasil dari program pendidikan kecakapan hidup ini dapat dilihat dari tiga aspek, yakni aspek pengetahuan, dimana pengetahuan warga belajar meningkat tentang manajemen kewirausahaan, manajemen keuangan, etika bisnis pengelolaan teknik pengembangan keterampilan kecimpring yang di dalamnya pengembangan dalam hal *product, price, place* dan *promotion*. Lalu aspek sikap, dimana aspek *sikap* pada warga belajar kurang meningkat (nampak) dalam bidang wirausahanya, hal tersebut dilihat dari warga belajar kurang memiliki kepercayaan diri untuk mengambil resiko dalam berwirausaha terutama dalam hal memasarkan. Selain itu, yang menjadi poin tambah adalah munculnya motivasi dari warga belajar untuk melanjutkan studi ke tingkat yang lebih tinggi (perguruan tinggi). Terakhir adalah aspek keterampilan, dimana warga belajar telah terampil dalam hal mengemas produk, memvariasikan berbagai rasa dari produk, memilih bahan baku yang baik.

Berdasarkan pada kesimpulan, hasil penelitian dan pembahasan, penulis menyampaikan beberapa rekomendasi untuk dapat menjadi masukan bagi LKP Sri.

1. Bagi Pemerintah

Bagi aparat pemerintah (Desa/Kecamatan) dan tokoh masyarakat setempat agar senantiasa memonitor perkembangan kelompok belajar usaha sehingga motivasi warga belajar akan senantiasa stabil karena merasa diperhatikan. Selain itu, diharapkan diadakannya pembelajaran dan pelatihan *life skills* atau apa saja yang bermanfaat dan berkesinambungan bagi pemuda produktif

2. Bagi Penyelenggara (lembaga PKBM Ash-Shoddiq)

Jika pengelompokkan tidak efektif, pihak penyelenggara seharusnya dapat

lebih kepada mengembangkan usaha setiap keluarga di daerah sekitar, berkaitan dengan kerjasama menjadi naluriah saja.

3. Bagi Warga Belajar

Lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan masyarakat guna lebih gencar dalam mempromosikan produk kecimpring ke daerah luar selain di sekitar Babakan Bandung atau Desa Pagerwangi. .

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti lain diharapkan dapat mengkaji lebih dalam tentang hasil penelitian ini untuk lebih disempurnakan dalam penelitian pengembangan pelatihan yang berbasis pemberdayaan pemuda.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (1994). *Pemuda Dan Perubahan Sosial*. Jakarta: LP3ES.
- Ali, M. (2005). *Psikologi Remaja (Perkembangan Peserta Didik)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Alma, B. (2009). *Kewirausahaan*. Bandung: ALFABETA.
- Anwar. (2006). *Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skills Education)*. Bandung: ALFABETA.
- Badudu, J (1998). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kasmir. (2009). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2004). *Manajemen Perbankan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Lutfiansyah, D. (2010). *Pendidikan Kecakapan Hidup dalam Pemberdayaan Perempuan Kepala Keluarga untuk Peningkatan Pendapatan dan Kemandirian Berwirausaha*. (Tesis). Sekolah Pascasarjana, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Nawawi & Martini. (1994). *Penelitian Terapan*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Putra, dkk. (2014). Hubungan Kemandirian Dengan Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya, Malang [Online]. Diakses pada 5

Januari 2017, dari <http://psikologi.ub.ac.id/wp-content/uploads/2014/09/JURNAL-FIXED.pdf>

Steinberg. (2002). *Adolescence.6th Ed.* USA: McGraw Hill Higher Education.

Sudjana, D. (2004). *Pendidikan Luar Sekolah, Wawasan, Sejarah, Perkembangan, Falsafah, Teori Pendukung, Asas*. Bandung: Falah Production.

Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2003. Jakarta: Depdiknas.

<http://www.bkkbn.go.id/>

<http://www.bps.go.id/>