

Memperkuat keterampilan *market planning*: pelatihan *soft skill* di lembaga kesetaraanHeris Hendriana¹, Ansori², Tiffany Estherlita³, Subur Binyati⁴, Sharina MunggaraningWesthisi⁵ Erni Arum Nursanti⁶^{1,2,5,6} IKIP Siliwangi, ^{3,4} PKBM Sangkanhurip*ansoryalb@ikipsiliwangi.ac.id**ABSTRAK**

Program pengabdian kepada masyarakat yang diinisiasi oleh Program Pascasarjana IKIP Siliwangi menetapkan PKBM Sangkanhurip yang terletak di Desa Sangkanhurip, Kecamatan Katapang, Kabupaten Bandung sebagai tempat pelaksanaan program pengabdian. Berdasarkan hasil identifikasi ditemukan beberapa masalah yang dihadapi lembaga tersebut dalam proses pengembangan kewirausahaan yang sudah berjalan. Pelatihan ini bertujuan untuk menggali dampak dan efektivitas pelatihan dalam mempersiapkan peserta untuk memahami dan mengelola pasar lokal. Studi ini menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif dalam menyajikan materi *market planning* kepada peserta. Pelatihan difokuskan pada aspek analisis pasar, strategi pemasaran yang relevan dengan konteks lokal, dan pengembangan keterampilan manajemen bisnis yang diperlukan. Metode evaluasi meliputi survei pra pelatihan, survei pasca pelatihan, observasi lapangan dan wawancara. Hasilnya menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta tentang analisis pasar, strategi pemasaran yang sesuai dengan konteks lokal, dan keterampilan manajemen bisnis setelah mengikuti pelatihan. Implikasinya adalah penguatan kapasitas masyarakat lokal untuk mengelola bisnis atau inisiatif mereka sendiri dengan memahami pasar dan mengembangkan strategi yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan komunitas.

Kata Kunci: *Pelatihan Market Planning, Pasar Lokal, Kesejahteraan Komunitas***ABSTRACT**

The community engagement program, initiated by the Pascasarjana at IKIP Siliwangi, designated PKBM Sangkanhurip in Desa Sangkanhurip, Kecamatan Katapang, Kabupaten Bandung, as the implementation site for the engagement program. Through the identification process, several challenges were discovered within the ongoing entrepreneurial development at the institution. The training aims to explore the impact and effectiveness of preparing participants to comprehend and manage the local market. This study utilizes a participatory and educational approach in delivering market planning content to the participants, focusing on market analysis, locally relevant marketing strategies, and the development of necessary business management skills. Evaluation methods encompass pre-training surveys, post-training surveys, field observations, and interviews. Results demonstrate a significant improvement in participants' understanding of market analysis, locally relevant marketing strategies, and business management skills post-training. The implication lies in bolstering the local community's capacity to independently manage businesses or initiatives by understanding the market and developing effective strategies to enhance community welfare.

Keywords: *Market Planning Training, Local Market, Community Welfare***Articel Received:** 30/10/2023; **Accepted:** 10/02/2024**How to cite:** Hendriana, H., dkk. (2024). Memperkuat keterampilan *market planning*: Pelatihan *soft skill* di lembaga kesetaraan. *Abdimas Siliwangi*, Vol 7 (1), 160-172 doi: 10.22460/as.v7i1.21906

A. PENDAHULUAN

Lembaga kesetaraan seperti PKBM (Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat) sering kali mengandalkan dana eksternal untuk operasional dan program-program mereka. Sumber pendanaan ini bisa berasal dari lembaga donor, LSM, atau program-program bantuan pemerintah. Terkadang, lembaga kesetaraan tidak memiliki akses ke sumber daya lokal yang memadai untuk mendukung program-programnya. Oleh karena itu, mereka mencari dana dari sumber eksternal untuk melengkapi kekurangan ini. Ketika lembaga kesetaraan ingin mengembangkan atau memperluas program-programnya, mereka mungkin memerlukan tambahan dana yang tidak tersedia dari sumber daya internal.

Dana eksternal sering kali diperoleh untuk mendukung inisiatif tertentu yang sesuai dengan tujuan atau misi lembaga. Dana tersebut diperoleh untuk meningkatkan kualitas pendidikan, pengembangan kewirausahaan, atau peningkatan akses masyarakat terhadap pendidikan (Ansori & Rosita, 2018). Keterbatasan keuangan lokal seringkali menjadi alasan lembaga PKBM menggantungkan diri pada sumber pendanaan eksternal. Dana ini membantu mereka menjalankan program-program dan kegiatan-kegiatan yang mungkin tidak dapat dijalankan hanya dengan sumber daya internal.

Keterikatan lembaga PKBM dengan dana eksternal bisa memberikan keuntungan dalam memperluas cakupan dan kualitas program mereka (Ansori & Firdaus, 2020). Namun, mereka juga perlu memperhatikan aspek independensi dan keberlanjutan jangka panjang dalam bergantung pada sumber pendanaan eksternal. Bergantung pada dana pemerintah dapat membuat lembaga menjadi terlalu bergantung pada keberlanjutan dan ketersediaan dana tersebut. Jika ada pemotongan anggaran atau perubahan kebijakan, lembaga dapat menghadapi kesulitan finansial yang signifikan. Keterikatan pada dana pemerintah dapat membatasi kebebasan lembaga dalam menentukan prioritas program dan kegiatan. Terkadang, lembaga harus sesuai dengan kebijakan atau arahan pemerintah yang mungkin tidak sepenuhnya sesuai dengan tujuan dan kebutuhan lokal.

Di sisi lain, dana pemerintah dapat memberikan stabilitas finansial yang penting bagi lembaga, memungkinkan mereka untuk menjalankan program-program jangka panjang dan mendukung keberlanjutan operasional. Ketergantungan pada dana pemerintah juga dapat mempengaruhi jenis program yang diselenggarakan oleh

lembaga. Program-program mungkin lebih terfokus pada kebijakan atau agenda pemerintah, dan ini mungkin tidak selalu mencerminkan kebutuhan atau aspirasi langsung dari masyarakat yang dilayani. Keterikatan pada dana pemerintah juga bisa mempengaruhi hubungan lembaga dengan pemerintah. Meskipun ada dukungan finansial, hal ini juga dapat membawa tekanan politik atau administratif yang dapat mempengaruhi kemandirian lembaga.

Dalam banyak kasus, keterikatan lembaga terhadap dana pemerintah adalah sebuah kenyataan yang kompleks. Sementara ada manfaat dari sisi keberlanjutan dan stabilitas, ada juga tantangan terkait kemandirian, fleksibilitas, dan kesesuaian dengan kebutuhan masyarakat yang dilayani (Ansori et al., 2024).

Dalam rangka mengatasi tantangan dalam aspek kemandirian, fleksibilitas dan kesesuaian dengan kebutuhan masyarakat yang dilayani, maka PKBM Sangkanhurip melakukan upaya dengan membuat program pelatihan keterampilan berkelanjutan bagi para peserta didik yang selanjutnya akan dikembangkan dalam program kewirausahaan (Ansori et al., 2023). Peserta didik yang didampingi tutor telah mampu menghasilkan beberapa produk yang memiliki nilai jual, namun tantangan selanjutnya adalah pemasaran untuk setiap produk masih belum maksimal.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut maka dilaksanakan Pelatihan *soft skill* di Lembaga Kesetaraan untuk memperkuat keterampilan *Market Planning* di PKBM Sangkanhurip. Dengan strategi pemasaran yang tepat, lembaga kesetaraan dapat menciptakan model bisnis yang lebih berkelanjutan untuk program mereka. Ini membantu dalam menjaga keberlanjutan program tanpa terlalu bergantung pada dana pemerintah atau sumber dana tunggal. Strategi pemasaran yang kuat meningkatkan visibilitas lembaga kesetaraan, membantu mereka menjangkau lebih banyak peserta potensial dan meningkatkan dampak sosial positif dalam komunitas. Pelatihan market planning memberdayakan staf dan pengajar lembaga kesetaraan dengan keterampilan baru yang dapat diterapkan dalam strategi pengajaran, manajemen program, dan pengembangan program-program baru. Kemampuan lembaga untuk mengelola market planning dengan baik dapat meningkatkan kemitraan dan jaringan dengan organisasi lain, pemerintah, atau entitas bisnis untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan lembaga. Dengan demikian, pelatihan market planning tidak hanya memberikan manfaat langsung dalam pengelolaan dan pemasaran

program, tetapi juga berpotensi untuk meningkatkan kapasitas dan dampak keseluruhan lembaga kesetaraan dalam mendukung masyarakat yang mereka layani.

B. LANDASAN TEORI

Menurut Barrows & Tamblyn (1980) Pendekatan Pembelajaran Berbasis Masalah (Problem-Based Learning/PBL) adalah strategi pembelajaran yang menekankan pemecahan masalah aktual sebagai fokus utama pembelajaran. Dalam konteks pelatihan *Market Planning* di Lembaga Kesetaraan, pendekatan ini dapat dijalankan dengan: a) Identifikasi masalah nyata, b) Mendorong peserta untuk mengajukan pertanyaan yang relevan terkait masalah tersebut, c) Pencarian solusi melalui penelitian dan analisis, d) Diskusi dan kolaborasi peserta, e) Evaluasi dan Refleksi. Pendekatan Pembelajaran Berbasis Masalah memungkinkan peserta untuk memahami konteks nyata dari *Market Planning*, menghadapi tantangan yang mungkin mereka hadapi di lapangan, dan mengembangkan keterampilan pemecahan masalah yang dibutuhkan dalam lingkungan bisnis.

Bandura & Walters (1977) menggambarkan konsep bahwa individu belajar dari pengamatan, interaksi sosial, dan peniruan perilaku yang mereka lihat di lingkungan mereka. Ia mengidentifikasi konsep penting seperti efikasi diri (self-efficacy) dan pentingnya model dalam proses belajar. Teori pembelajaran sosialnya menggarisbawahi peran penting dari observasi, identifikasi dengan model, dan reinforcement dalam pembelajaran. Teori Pembelajaran Sosial, yang dikemukakan oleh Bandura, menekankan bahwa individu belajar dari pengamatan, interaksi, dan model yang ada di sekitar mereka. Dalam konteks pelatihan *Market Planning* di Lembaga Kesetaraan, teori ini diaplikasikan dengan beberapa cara: a) Pemodelan atau contoh, b) Kolaborasi dan diskusi, c) Penguatan melalui umpan balik, d) Observasi dan Pengamatan, e) Kemitraan atau praktek lapangan. Teori Pembelajaran Sosial menekankan pentingnya interaksi sosial dalam pembelajaran, baik itu melalui pengamatan, kolaborasi, atau pemberian dan penerimaan umpan balik. Dalam konteks *Market Planning*, hal ini membantu peserta untuk memperluas pengetahuan mereka, memperbaiki keterampilan, dan mengembangkan strategi berdasarkan pada pengalaman sosial yang mereka dapatkan.

John Dewey dalam Hasbullah (2020) mengemukakan keterlibatan aktif merupakan pendekatan pembelajaran yang menekankan pentingnya peserta didik terlibat secara langsung dan aktif dalam proses pembelajaran. Konsep ini didasarkan pada keyakinan bahwa keterlibatan aktif dalam aktivitas pembelajaran meningkatkan pemahaman, retensi, dan penerapan materi. Mendorong peserta untuk terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran, baik melalui diskusi, eksperimen, kolaborasi, atau kegiatan yang mendorong refleksi dan interaksi langsung dengan materi pelatihan. Aktivitas ini membantu peserta untuk memahami dan menginternalisasi konsep *Market Planning* secara lebih baik.

Menurut Lev Vygotsky dalam Wardani et al. (2023) Pembelajaran Kolaboratif menekankan pentingnya kerja sama dan kolaborasi antara peserta didik untuk mencapai tujuan pembelajaran bersama. Pendekatan ini didasarkan pada ide bahwa belajar melalui interaksi antar peserta didik dapat meningkatkan pemahaman, pemecahan masalah, dan penerapan konsep. Teori Pembelajaran Kolaboratif menyoroti bahwa pembelajaran bukan hanya proses individu, tetapi juga merupakan proses sosial yang melibatkan interaksi dan kerja sama dengan orang lain. Melalui kerja sama dalam diskusi, proyek kelompok, atau pemecahan masalah bersama, peserta didik dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan membangun keterampilan kolaboratif yang penting dalam lingkungan profesional dan sosial. Fokus pada kerjasama antar peserta dalam memecahkan masalah dan mengembangkan strategi. Dalam pelatihan ini, kerja sama tim atau kelompok dapat menjadi landasan untuk mengasah keterampilan *Market Planning*.

Dalam teori kemandirian (*Self-Determination Theory*) yang dikemukakan oleh Deci & Ryan, (2012) merupakan kerangka konseptual yang meneliti motivasi intrinsik manusia dan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan diri, motivasi, dan kemandirian individu. Ada tiga kebutuhan psikologis manusia menurut Deci dan Ryan :

- a) Kebutuhan akan kompetensi adalah kebutuhan akan rasa kompeten atau mampu dalam melakukan aktivitas atau tugas tertentu,
- b) Kebutuhan akan keterkaitan (*Relatedness*) merupakan kebutuhan akan hubungan sosial yang positif, rasa diterima, dan terhubung dengan orang lain,
- c) Kebutuhan akan otonomi adalah kebutuhan akan otonomi atau kontrol atas tindakan dan keputusan kita sendiri.

Teori ini berpendapat bahwa bila tiga kebutuhan psikologis ini terpenuhi, individu cenderung memiliki

motivasi intrinsik yang kuat untuk mencapai tujuan mereka. Ketika individu merasa memiliki kontrol atas tindakan mereka (otonomi), merasa kompeten dalam melakukan tugas (kompetensi), dan merasa terhubung dengan orang lain (keterkaitan), mereka lebih cenderung terlibat secara aktif dan termotivasi dalam pembelajaran dan pencapaian tujuan mereka. Dalam konteks pendidikan atau pelatihan, teori kemandirian menunjukkan bahwa memberikan ruang bagi peserta untuk merasa memiliki kontrol atas pembelajaran mereka sendiri, memberikan tantangan yang sesuai dengan tingkat kompetensi mereka, dan menciptakan lingkungan sosial yang mendukung hubungan positif dapat meningkatkan motivasi intrinsik mereka untuk belajar dan berkembang.

C. METODE PELAKSANAAN

Proses identifikasi masalah dalam konteks pelatihan untuk memperkuat keterampilan *Market Planning* di Lembaga Kesetaraan meliputi langkah-langkah berikut ini a) Penelitian awal, b) Survei dan Wawancara, c) Analisis SWOT, d) Diskusi Fokus Kelompok, e) Pengamatan Lapangan, f) Analisis Data Pra Pendidikan dan Evaluasi Program Sebelumnya, g) Konsultasi dengan Ahli.

Dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat untuk memperkuat keterampilan *Market Planning* di Lembaga Kesetaraan, berikut adalah beberapa metode yang telah diterapkan: a) *Workshop* dan Pelatihan Langsung: Mengadakan sesi *workshop* secara langsung dengan materi yang terstruktur, interaktif, dan terfokus pada aspek-aspek kunci dari *Market Planning*. Ini mencakup sesi presentasi, diskusi kelompok, dan latihan praktis. b) Studi Kasus dan Simulasi: Menerapkan studi kasus/situasi simulasi yang mirip dengan skenario pasar nyata. Peserta dapat mempelajari strategi pemasaran dan analisis pasar melalui pemecahan masalah yang diberikan. c) Kolaborasi dan Diskusi Kelompok: Memfasilitasi diskusi antara peserta untuk berbagi ide, pengalaman, dan pengetahuan mereka tentang *Market Planning*. Dalam diskusi kelompok terjadi pertukaran informasi dan pemahaman yang lebih dalam. d) Kegiatan Praktis dan Proyek Lapangan: Melibatkan peserta dalam proyek nyata yang terkait dengan *Market Planning* di lingkungan mereka. Ini dapat berupa penelitian lapangan, pengumpulan data, atau pengembangan strategi pemasaran untuk situasi nyata. e) Pemaparan Materi dengan Pendekatan Interaktif: Menggunakan media

visual, studi kasus, dan diskusi untuk menyajikan materi. Pendekatan ini membuat peserta untuk terlibat secara aktif dalam pembelajaran. f) Evaluasi dan Umpan Balik Berkelanjutan: Melakukan evaluasi terkait pemahaman peserta tentang materi yang diajarkan dan memberikan umpan balik yang konstruktif. Hal ini memungkinkan penyesuaian dan perbaikan selama proses pelatihan. g) Penerapan Pendekatan Partisipatif: Memperkuat partisipasi aktif peserta dalam setiap tahap pelatihan, memungkinkan mereka untuk mempengaruhi jalannya program serta meningkatkan keterlibatan dan tanggung jawab mereka terhadap pembelajaran.

Sasaran program parenting ini adalah pendidik dan tenaga kependidikan di PKBM Sangkanhurip Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung dengan total peserta 18 orang.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil dari pelatihan yang bertujuan untuk memperkuat keterampilan Market Planning di Lembaga Kesetaraan di Desa Sangkanhurip, Katapang, Bandung, didapatkan beberapa pencapaian. PKBM Sangkanhurip mengembangkan keterampilan peserta didik dalam program menjahit, tata boga dan sablon. Keterampilan-keterampilan tersebut kemudian dikembangkan dalam bentuk bisnis/kewirausahaan sosial yang dikelola oleh lembaga, tutor, peserta didik dan masyarakat sekitar. Pelatihan *Market Planning* yang telah dilaksanakan terhadap pendidik dan tenaga kependidikan di PKBM Sangkanhurip sebagai peserta dapat menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman mereka tentang analisis pasar, strategi pemasaran yang sesuai dengan konteks lokal, dan keterampilan manajemen bisnis setelah mengikuti pelatihan. Peserta dapat mengaplikasikan konsep-konsep *Market Planning* yang dipelajari selama pelatihan ke dalam konteks nyata bisnis atau inisiatif mereka sendiri di masyarakat setempat. Peserta dapat menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam menganalisis pasar lokal, mengidentifikasi peluang, dan menyesuaikan strategi pemasaran dengan kebutuhan dan karakteristik pasar setempat. Peserta dapat mengembangkan keterampilan manajemen bisnis yang diperlukan, termasuk perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan strategi pemasaran yang efektif. Peserta dapat menunjukkan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dalam mengelola bisnis atau inisiatif mereka sendiri, serta meningkatnya kemandirian dalam mengambil keputusan

yang berkaitan dengan *Market Planning*. Evaluasi survei pra pelatihan dan survei pasca pelatihan menunjukkan adanya peningkatan positif dalam kepuasan peserta terhadap isi pelatihan, pendekatan pembelajaran, dan manfaat yang diperoleh dari program ini. Terjadi peningkatan dalam kinerja bisnis di masyarakat setempat, seperti peningkatan penjualan, pertumbuhan usaha lokal, atau peningkatan partisipasi dalam ekonomi lokal. Hasil yang dijelaskan di atas akan menunjukkan efektivitas pelatihan dalam memperkuat keterampilan *Market Planning* di Lembaga Kesetaraan, serta dampak positifnya terhadap peserta, bisnis lokal, dan masyarakat di Desa Sangkanhurip, Katapang, Bandung.

Pembahasan

Melalui program pelatihan "Memperkuat Keterampilan Market Planning: Pelatihan Soft Skill di Lembaga Kesetaraan PKBM Sangkanhurip" yang dilaksanakan sebagai bagian dari Program Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Sangkanhurip, Kecamatan Katapang, Kabupaten Bandung peserta ditingkatkan pemahaman mereka akan konsep dan teknik analisis pasar yang meliputi penilaian situasi pasar, segmentasi, dan identifikasi peluang dalam konteks lokal. Tujuan lainnya adalah membekali peserta dengan keterampilan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang relevan dan sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan pasar lokal di Desa Sangkanhurip. Program ini juga bertujuan untuk memperkuat keterampilan peserta dalam manajemen bisnis yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan strategi pemasaran yang efektif. Melalui fokus pada pemahaman pasar, pengembangan strategi pemasaran yang sesuai dengan konteks lokal, dan peningkatan keterampilan manajemen bisnis, program ini bertujuan untuk memberdayakan peserta untuk menjadi lebih kompeten dan mandiri dalam mengelola bisnis atau inisiatif mereka sendiri.

Dalam program pelatihan ini digunakan beragam metode pembelajaran yang telah terbukti efektif dalam memfasilitasi pemahaman yang mendalam dan aplikasi praktis dari keterampilan *Market Planning*. Metode pembelajaran partisipatif yang diterapkan untuk melibatkan peserta secara aktif dalam proses belajar. Peserta didik diajak untuk berkontribusi dalam diskusi, analisis kasus, dan aktivitas kelompok guna mendorong pemikiran kritis dan keterlibatan yang mendalam. Penggunaan studi kasus membantu peserta untuk menerapkan konsep-konsep *Market Planning* ke dalam situasi nyata.

Melalui analisis studi kasus, peserta dapat mengidentifikasi tantangan pasar dan mengembangkan strategi yang tepat. Sesi diskusi kelompok dirancang untuk memfasilitasi pertukaran ide, perspektif, dan pengalaman antara peserta. Ini membuat peserta untuk belajar satu sama lain dan menerapkan pemahaman yang diperoleh dari diskusi ke dalam konteks *Market Planning*. Melalui simulasi, peserta memiliki kesempatan untuk berpartisipasi dalam skenario yang mensimulasikan situasi pasar nyata. Hal ini membantu mereka untuk mempraktikkan keterampilan *Market Planning* secara langsung tanpa risiko yang nyata. Peserta didorong untuk terlibat dalam proyek lapangan di lingkungan sekitar mereka. Peserta dapat menerapkan keterampilan *Market Planning* yang dipelajari dalam situasi praktis dan melihat dampaknya secara langsung dalam konteks lokal. Pemilihan metode ini didasarkan pada kepercayaan bahwa kombinasi berbagai pendekatan pembelajaran akan menciptakan pengalaman yang beragam dan lebih komprehensif bagi peserta. Dengan menyediakan lingkungan yang mendukung dengan tujuan untuk memaksimalkan pemahaman dan penerapan keterampilan *Market Planning* dalam program ini.

Dalam program pelatihan ini materi yang disampaikan dirancang untuk mengakomodasi kebutuhan dan lingkungan lokal peserta. Berikut adalah ringkasan dari materi yang diajarkan a) Konsep Analisis Pasar: Materi ini mencakup teknik dan konsep dasar dalam melakukan analisis pasar, termasuk identifikasi tren pasar, pemetaan pesaing, segmentasi pasar, dan evaluasi risiko. Penyajian dengan metode yang sederhana namun efektif agar peserta dapat memahami dan menerapkan konsep-konsep ini dalam konteks pasar lokal mereka. b) Strategi Pemasaran Lokal: Fokus pada pengembangan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan pasar lokal. Materi ini meliputi pembuatan rencana pemasaran yang terarah, identifikasi saluran distribusi yang efektif, dan penerapan teknik pemasaran yang relevan dengan lingkungan bisnis di Desa Sangkanhurip. c) Keterampilan Manajemen Bisnis: Materi ini berfokus pada keterampilan manajemen bisnis yang diperlukan, seperti perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan strategi pemasaran yang efektif. Materi ini disajikan dengan contoh-contoh praktis dan studi kasus agar peserta dapat mengaitkan teori dengan aplikasi praktis dalam pengelolaan bisnis. Selain materi inti tersebut, penyesuaian pendekatan penyampaian materi dengan melibatkan contoh dan studi kasus yang relevan dengan situasi bisnis lokal. Penyediaan ruang diskusi agar

peserta dapat berbagi pengalaman dan ide, memperkaya pembelajaran sesama peserta serta memberikan wawasan yang lebih komprehensif. Penyajian materi yang relevan dengan konteks lokal serta penggunaan pendekatan pembelajaran yang interaktif akan membantu peserta dalam memahami dan mengaplikasikan keterampilan *Market Planning* dengan lebih efektif dalam lingkungan mereka.

Dalam melakukan evaluasi dan penilaian terhadap program pelatihan, diadopsi beberapa metode evaluasi untuk mengukur efektivitas dan keberhasilan program, serta untuk merancang perbaikan di masa mendatang. Beberapa metode evaluasi yang diterapkan meliputi :

- a) Survei Pra dan Pasca Pelatihan: Mengumpulkan data dari peserta sebelum dan setelah pelatihan untuk membandingkan perubahan pemahaman, keterampilan, dan persepsi mereka terkait Market Planning. Survei ini membantu dalam mengukur peningkatan yang diperoleh oleh peserta setelah mengikuti program.
- b) Observasi Lapangan: Dilakukan untuk mengamati secara langsung penerapan keterampilan Market Planning yang dipelajari peserta dalam situasi praktis. Observasi ini memberikan gambaran tentang bagaimana peserta mengaplikasikan konsep yang mereka pelajari dalam kegiatan sehari-hari mereka.
- c) Wawancara atau Fokus Kelompok: Melalui wawancara atau diskusi kelompok, untuk mendapatkan insight lebih mendalam dari peserta terkait pengalaman mereka selama pelatihan. Hal ini dapat membantu memahami perspektif individu peserta, serta memberikan saran dan masukan untuk perbaikan di masa depan. Hasil dari evaluasi ini akan digunakan untuk

- a) Mengukur Efektivitas Program: Dengan menganalisis data dari berbagai metode evaluasi, dapat dievaluasi sejauh mana program ini berhasil dalam mencapai tujuan-tujuannya.
- b) Identifikasi Area Peningkatan: Menyoroti area di mana program dapat ditingkatkan, baik dari segi materi, metode pengajaran, maupun pengalaman peserta.
- c) Mendukung Perbaikan Program: Dengan menggunakan temuan evaluasi, dapat dirancang strategi perbaikan yang bertujuan untuk meningkatkan program pelatihan di masa mendatang, termasuk pengembangan materi baru, penyesuaian metode pengajaran, atau perubahan dalam pendekatan pelaksanaan. Melalui pendekatan evaluasi yang komprehensif ini, besar harapan untuk dapat terus meningkatkan kualitas dan dampak dari program pelatihan pada keterampilan *Market Planning* peserta dan pada kemajuan komunitas di Desa Sangkanhurip, Katapang, Bandung.

Beberapa dampak dan implikasi yang diharapkan dari pelatihan Memperkuat Keterampilan *Market Planning* di Lembaga Kesetaraan PKBM Sangkanhurip meliputi: a) Peserta mengalami peningkatan dalam pemahaman mereka tentang analisis pasar, strategi pemasaran, dan keterampilan manajemen bisnis. Peserta mampu menerapkan keterampilan ini dalam pengelolaan bisnis mereka sendiri atau dalam mendukung inisiatif ekonomi lokal. b) Dengan memperoleh keterampilan *Market Planning* yang lebih baik, baik peserta maupun lembaga dapat menjadi lebih mandiri dalam mengelola usaha mereka sendiri. Ini bisa berkontribusi pada peningkatan partisipasi ekonomi di tingkat lokal, membantu pertumbuhan bisnis kecil, dan menciptakan kesempatan kerja baru. c) Dengan peserta yang lebih mampu mengelola bisnis mereka, diharapkan akan terjadi peningkatan kesejahteraan secara keseluruhan di masyarakat setempat. Ini dapat berdampak pada peningkatan pendapatan, akses terhadap barang dan layanan, serta peningkatan infrastruktur lokal. d) Peningkatan keterampilan *Market Planning* akan mendorong pertumbuhan bisnis lokal. Hal ini mencakup peningkatan penjualan produk lokal, pengembangan inovasi bisnis baru, dan peningkatan daya saing di pasar yang lebih luas. e) Peserta yang merasa lebih percaya diri dalam mengelola bisnis mereka sendiri dapat berkontribusi pada keberlanjutan bisnis mereka. Ini bisa berarti adanya usaha yang lebih berkelanjutan, yang pada gilirannya dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi komunitas. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif pada kemajuan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Desa Sangkanhurip, Katapang, Bandung, serta memberdayakan peserta untuk menjadi agen perubahan dalam komunitas mereka. Manfaat yang terutama adalah lembaga tidak perlu bergantung lagi pada dana eksternal seperti dana dari pemerintah. Dana hasil usaha lembaga dapat digunakan untuk sebagian besar operasional, sedangkan dari pemerintah dapat digunakan sebagai dana pendukung tambahan.

Tantangan yang dihadapi selama pelatihan Memperkuat Keterampilan *Market Planning* di Lembaga Kesetaraan PKBM Sangkanhurip mencakup beberapa aspek : a) Keterbatasan fasilitas yang mempengaruhi penyelenggaraan program dengan optimal. b) Beberapa peserta memiliki tingkat pemahaman atau pengalaman yang berbeda dalam bidang *Market Planning*, yang memengaruhi tingkat partisipasi dan pemahaman selama pelatihan. c) Faktor lingkungan, seperti situasi ekonomi lokal atau faktor sosial-budaya di Desa Sangkanhurip, mempengaruhi penerimaan materi atau penerapan

keterampilan yang dipelajari. Solusi untuk mengatasi tantangan ini melibatkan: a) Memanfaatkan sumber daya yang ada dengan lebih efisien dan penggunaan teknologi. b) Mengadopsi pendekatan yang berfokus pada kebutuhan individu peserta. Hal ini dilakukan dengan melakukan evaluasi awal untuk mengetahui tingkat pengetahuan mereka sehingga materi pelatihan bisa disesuaikan dengan lebih baik. c) Merancang materi yang lebih relevan dengan situasi lokal dan kontekstualisasi keterampilan *Market Planning* agar sesuai dengan lingkungan bisnis atau kebutuhan ekonomi masyarakat Desa Sangkanhurip. d) Menggunakan pendekatan pembelajaran yang lebih interaktif, mendorong diskusi kelompok, serta menyediakan ruang bagi peserta untuk berbagi pengalaman. Hal ini meningkatkan keterlibatan dan keaktifan peserta dalam mengikuti pelatihan. Dengan mengidentifikasi tantangan dan merancang solusi yang sesuai, diharapkan pelatihan di masa mendatang dapat lebih berhasil dalam mengatasi hambatan yang mungkin muncul dan memberikan dampak yang lebih besar bagi peserta dan komunitas lokal.

E. KESIMPULAN

Dalam pelatihan Memperkuat Keterampilan *Market Planning*: Pelatihan Soft Skill di Lembaga Kesetaraan, terdapat beberapa kesimpulan, yaitu : 1) Program ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman peserta tentang analisis pasar, strategi pemasaran lokal, dan keterampilan manajemen bisnis. 2) Menyesuaikan materi pelatihan dengan konteks lokal sangat penting untuk memastikan relevansi dan penerapan langsung keterampilan yang dipelajari oleh peserta. 3) Kendala seperti keterbatasan fasilitas mempengaruhi pelaksanaan program. Namun, optimalisasi sumber daya dan kreativitas dalam solusi menjadi kunci untuk mengatasi tantangan ini. 4) Pendekatan interaktif dan diskusi kelompok berperan penting dalam meningkatkan keterlibatan peserta dan memastikan pemahaman yang lebih baik. 5) Peningkatan keterampilan *Market Planning* peserta diharapkan dapat memberikan kontribusi positif pada pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat di Desa Sangkanhurip.

Adapun saran untuk perbaikan di masa mendatang: 1) Melakukan kerjasama dengan pihak-pihak eksternal atau lembaga terkait untuk mendukung program dan memperluas jangkauan peserta. 2) Melakukan evaluasi secara berkala untuk memperbaiki program pelatihan berdasarkan umpan balik dari peserta dan hasil

evaluasi yang diperoleh. 3) Mencari sumber daya tambahan, baik finansial maupun fasilitas, untuk meningkatkan kualitas dan jangkauan program. 4) Terus mengembangkan materi yang lebih spesifik dan terperinci sesuai dengan kebutuhan aktual peserta dan perubahan dalam pasar lokal. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan program pelatihan dapat terus meningkatkan kualitasnya, memberikan manfaat yang lebih besar bagi peserta, dan memberikan dampak yang lebih positif pada komunitas lokal.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Ansori, A., Alhadihaq, M. Y., Nuraeni, L., & Estherlita, T. (2024). Community-Based Social Entrepreneurship at Community Learning Centers. *Novateur Publications*, 39–45.
- Ansori, A., & Firdaus, N. M. (2020). Increasing community participation capacity in paud program through parenting education at pusat kegiatan belajar masyarakat. *Empowerment: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Luar Sekolah*, 9(1), 89–94.
- Ansori, A., Kamil, M., & Hufad, A. (2023). *Santri Entrepreneurial Model and its Implementations as Community Empowerment Programs*. 9(2), 241–250.
- Ansori, & Rosita, T. (2018). Increasing Economic Capacity of Rural Community Through The Use of Local Ecological Potency Based. *Journal of Nonformal Education*, 4(1), 89–96.
- Bandura, A., & Walters, R. H. (1977). *Social learning theory* (Vol. 1). Englewood cliffs Prentice Hall.
- Barrows, H. S., & Tamblyn, R. M. (1980). *Problem-based learning: An approach to medical education* (Vol. 1). Springer Publishing Company.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2012). Self-determination theory. *Handbook of Theories of Social Psychology*, 1(20), 416–436.
- Hasbullah, H. (2020). Pemikiran Kritis John Dewey Tentang Pendidikan. *Tarbiyah Islamiyah: Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam*, 10(1).
- Wardani, I. R. W., Zuani, M. I. P., & Kholis, N. (2023). Teori Belajar Perkembangan Kognitiv Lev Vygotsky dan Implikasinya dalam Pembelajaran. *DIMAR: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(2), 332–346.