

PENGEMBANGAN USAHA KONVEKSI DI KOTA BANDUNG

Yulia Segarwati¹⁾, Siti Patimah²⁾

¹⁾ Fisip Unpas

yulia.segarwati@unpas.ac.id, Patimah_08@yahoo.com

ABSTRAK

Bandung sudah sangat dikenal sebagai kota penghasil produk kaos yang berkualitas. Mulai dari jasa konveksi kaos Bandung, sampai produk kaos yang memiliki brand atau merk yang berasal dari kota ini. Perkembangan pabrik konveksi ini meliputi berbagai macam jenis dari skala kecil mulai dari kaos distro sampai yang besar seperti kaos promosi maupun kaos partai dan kaos kampanye. Pangsa pasar yang jelas akan selalu ada membuat bisnis di bidang ini tidak pernah sepi dan banyak orang yang berusaha memaksimalkan potensinya.

Berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi kedua pengrajin, maka permasalahan tersebut diidentifikasi berdasarkan permasalahan prioritas. Permasalahan prioritas yang akan ditangani berkaitan dengan peralatan dan pemasaran online yang digunakan untuk meningkatkan produktivitas usaha. Selain itu juga memberikan pemahaman kepada kedua mitra untuk melakukan pembukuan. Hal lain dengan bertambahnya peralatan diharapkan jumlah produktivitas usaha bertambah dan tidak lagi menggunakan jasa orang lain. Selain itu dengan pemasaran online dapat meningkat dan daerah pasar sasaran dapat merambah lagi ke beberapa daerah di Indonesia.

Tujuan dari kegiatan ini adalah membantu permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin, dimana diharapkan pengrajin mampu meningkatkan produktivitas usahanya dari tahun ke tahun. Selain itu juga produk yang dihasilkan diharapkan dapat dikenal di beberapa wilayah.

Untuk mencapai tujuan tersebut, maka metode yang digunakan untuk membantu pengrajin adalah dengan menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Pelatihan yang akan disampaikan kepada pengrajin adalah terkait dengan pemasaran online dimana produk yang dihasilkan wilayah pasar sarannya lebih luas lagi. Selain itu juga akan memberikan pelatihan dan pendampingan berkaitan keuangan diharapkan pengrajin mampu mengelola keuangan dengan baik dan mampu untuk memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha. Setelah pelatihan dilakukan dilanjutkan dengan pendampingan. Pendampingan akan terus dilaksanakan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Diharapkan pengrajin mampu melakukan pemasaran secara online sendiri. Setelah mampu melakukan pemasaran online sendiri diharapkan mitra mampu meningkatkan pasar sarannya.

Kata Kunci : Pemasaran dan Produksi

A. PENDAHULUAN

Bandung kota yang memiliki sebutan kota kembang ini, sudah lama dikenal juga sebagai salah satu kota jasa yang cukup diperhitungkan di Indonesia. Salah satu jasa yang cukup dikenal oleh masyarakat, adalah jasa pembuatan kaos, konveksi kaos Bandung. Banyak orang yang sudah merasakan jasa pembuatan kaos dikota yang memiliki walikota seorang arsitektur dunia ini. Baik dari pulau jawa, maupun luar pulau jawa, bahkan sampai keluar negeri, jasa konveksi kaos dikota Bandung (cukup) memuaskan bagi para pelanggannya.

Hal ini menyebabkan Bandung sudah sangat dikenal sebagai kota penghasil produk kaos yang berkualitas. Mulai dari jasa konveksi kaos Bandung, sampai produk kaos yang memiliki brand atau merk yang berasal dari kota ini. Dari segi lokasi, kota Bandung memiliki akses yang sangat memudahkan kita para penggiat usaha konveksi untuk beraktivitas, dari kemudahan akses dan juga jarak tempuh yang relatif dekat dari dan ke sumber bahan pokok kaos itu sendiri, kota Bandung juga memiliki lokasi yang relatif dekat dari asal para penjahit berasal seperti dari Sumedang, Soreang, Cimahi, Garut dan juga Tasikmalaya.

Perkembangan pabrik konveksi ini meliputi berbagai macam jenis dari skala kecil mulai dari kaos distro, kaos distro sampe yang besar seperti kaos promosi maupun kaos partai dan kaos kampanye. Perkembangan bisnis konveksi ini diakibatkan oleh beberapa faktor terutama dua hal. Pertama, karena produk yang dihasilkan oleh industri konveksi terutama pakaian adalah salah satu kebutuhan dasar yang termasuk 3 kebutuhan pokok manusia yaitu sandang selain daripada pangan dan papan, untuk itu maka pasar untuk bisnis konveksi akan selalu ada. Pangsa pasar yang jelas akan selalu ada membuat bisnis dibidang ini tidak pernah sepi dan banyak orang yang berusaha memaksimalkan potensinya.
<http://www.pabrikkaosbandung.com/konveksi/pengenalan-bisnis-dan-pabrik-konveksi>.

Kondisi Exiting Kedua Mitra

Bisnis Kreatif Konveksi Bandung berhubungan dengan industri ekonomi kreatif oleh pemerintah Indonesia. Konveksi merupakan industri kreatif tersebut karena bisnis ini melakukan proses output produknya salah satunya kaos yang berkaitan dengan kreativitas, mulai dari model, desain sampai corak warna. Konveksi Kaos kini menjadi sesuatu bisnis yang diperhitungkan untuk bisnis menengah-kecil yang semakin berkembang di Bandung.

Bandung juga memiliki kawasan yang cukup dikenal untuk pembuatan konveksi kaosnya, yaitu jalan Suci. Jalan ini sebenarnya memiliki singkatan, yaitu Surapati Cicaheum, karena jalan ini menyabungkan kedua nama jalan tersebut, maka akhirnya disingkat menjadi Suci, kreatif memang. Kawasan ini sudah ada sejak tahun 80-an, dan mulai beranjak naik dan terkenal sejak ada satu nama konveksi yang dikenal sampai ke Jakarta, C Lima Sembilan. Berasal dari nama gang yang berada disalah satu nama gang yang ada didaerah kawasan tersebut, yaitu jalan Caladi dan berada dinomor 59. Pada tahun 80-an akhir produsen ini mulai produksi dengan merk tadi keberbagai daerah di Indonesia, dengan menjual kaos yang ditujukan kepada anak muda khususnya, mulai dari gambar basket, grup musik dan hobi lainnya, produsen ini secara tidak langsung membuat nama konveksi kaos Bandung menjadi barometer pembuatan kaos di Indonesia

Kegiatan konveksi tidak hanya di jalan Suci namun juga merambah ke beberapa daerah di sekitar Kota Bandung diantaranya ke wilayah Buah Batu. Pada awalnya pengrajin merupakan pelanggan kaos di sentra Suci. Karena ketertarikan kepada usaha konveksi di sentra Suci pengrajin bertekad untuk usaha Konveksi sendiri. Hal ini kemudian dilakukan oleh pengrajin yang melakukan kegiatan usaha di wilayahnya sendiri yaitu di wilayah jl. Gatot Subroto dan Buah Batu. Pelaku konveksi memberikan nama untuk usahanya adalah View kaos dan Kei Sablon Kaos, usaha yang dijalankan sudah berlangsung sejak sepuluh tahun yang lalu tepatnya tahun 2012. Awalnya keduanya hanya melakukan penjualan kaos karena kegiatan di kampus mereka. Lama kelamaan mereka melanjutkan usaha mereka hingga akhirnya berkembang. Namun perkembangan usaha kedua mitra juga tidak pernah luput dari permasalahan. Permasalahan yang dihadapi kedua mitra meliputi beberapa aspek usaha diantaranya sebagai berikut :

Permasalahan Yang Teridentifikasi Pada Kedua Pengrajin

Berdasarkan analisis kondisi eksisting dari aspek – aspek bisnis kedua mitra, maka dapat teridentifikasi permasalahan – permasalahan yang dihadapi oleh kedua mitra, berikut permasalahan – permasalahan yang teridentifikasi.

Tabel. 1
Permasalahan Yang Teridentifikasi Pada Kedua Mitra

No	Permasalahan	Rincian Permasalahan
1	Permasalahan Bahan Baku	<ul style="list-style-type: none">• Harga bahan baku Fluktuatif, Naik Turun namun saat turun harga tidak realistis. Naik yang pada akhirnya pengrajin harus menaikkan harga.
2	Permasalahan Produksi	Kapasitas produksi terbatas yang mana terbatasnya pegawai, dan peralatan produksi Seperti : <ul style="list-style-type: none">• Mesin kancing
3	Permasalahan Proses	Tempat dan Ruang Terbatas yang meyebabkan sulitnya penataan tata letak (<i>Lay-out</i>) untuk proses produksi
4	Permasalahan Produk	Terbatasnya Produk dalam hal : <ul style="list-style-type: none">• Penjahitan• Harga Pokok produksi yang selalu naik dan mengakibatkan harga jualnaik namun tidak ada perubahan dalam kegiatan usaha.
5	Permasalahan Manajemen	<ul style="list-style-type: none">• Tidak memiliki laporan keuangan seperti Neraca, Laba Rugi dan Laporan Arus Kas (Casflow).• Pola Manajemen Sederhana• Tidak memiliki Hak paten /HKI• Visi, Misi dan strategi usaha belum ada atau di laksanakan• Belum ada pedoman aturan kerja seperti Standar Operasional Prosedur(SOP) sebagai pedoman pemilik dan pegawai.
6	Permasalahan	<ul style="list-style-type: none">• Pemasaran hanya berdasarkan pesanan, tidak melakukan proses

	Pemasaran	produksi secara kontinyu. • Pemasaran yang dilakukan bersifat konvensional
7	Permasalahan SDM	Rata – rata kualifikasi pendidikan SD dan SMP, wawasan terbatas belum memiliki kompetensi atau keunggulan (Kemampuan dan kemauan terbatas), hal ini berpeluang untuk di kembangkan melalui pelatihan (training) atau bimtek : • Pemanfaatan dan penggunaan peralatan dan perlengkapan dalam Proses Produksi
8	Permasalahan Fasilitas	• Ruang untuk Proses produksi, pajangan (showroom) dan Adm. Berada dalam satu ruangan yang terbatas.
9	Permasalahan Finansial / Permodalan	Kebutuhan investasi modal untuk penambahan kapasitas, peralatan dan perlengkapan proses produksi.

Sumber : Hasil wawancara dengan Pengrajin, Maret 2015.

Identifikasi Permasalahan Yang Dihadapi Pengrajin Konveksi

Pengrajin Konveksi dalam kegiatan program IPTEK bagi masyarakat ini, berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang tim lakukan kepada pengrajin maka permasalahan prioritas yang akan ditangani berkaitan dengan pemasaran, dan peralatan yang digunakan untuk meningkatkan produktivitas usaha serta keuangan. Hal ini dilakukan agar usaha yang dijalankan kedua pengrajin dapat meningkat dan daerah pasar sasaran dapat merambah lagi ke beberapa daerah.

Justifikasi Permasalahan Yang Ditangani

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang telah diidentifikasi di pengrajin Konveksi yang meliputi masalah pemasaran berkaitan dengan produk yang dihasilkan dipasarkan menggunakan pasar online atau dalam hal ini perlu adanya komunikasi lewat internet dan email. Berkaitan dengan penambahan peralatannya yaitu alat pendukungnya seperti mesin rantai untuk mitra 1 dan printer kaos printing untuk mitra 2 hal ini dilakukan untuk meminimalkan biaya jasa dan makloen. Dimana dengan mesin rantai dan printer diharapkan adanya peningkatan produktivitas usaha.

Permasalahan Spesifik Manajemen Pengrajin Konveksi

Didasarkan pada justifikasi permasalahan yang harus ditangani dalam hal ini masalah manajemen usaha yang dihadapi pengrajin Konveksi, juga didasarkan pada hasil identifikasi permasalahan pengrajin konveksi di Kota Bandung. Maka permasalahan manajemen usaha pada pengrajin konveksi dapat dikelompokan atau dijelaskan secara spesifik sebagai berikut :

- Permasalahan pemasaran yang masih dilakukan secara konvensional yang masih sangat sederhana maka perlu adanya pemasaran on line.
- Permasalahan Produksi terutama peralatan seperti mesin rantai dan printerkaos printing, sehingga dapat meminimalkan biaya usaha. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan produksi.
- Permasalahan berkaitan dengan belum melakukannya pencatatan keuangan yang dilakukan secara rutin.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Konveksi merupakan salah satu bisnis di bidang pakaian yang biasanya memproduksi pakaian dalam partai besar sesuai permintaan. Produksi adalah segala kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan atau menambah guna atas suatu benda atau segala kegiatan yang ditujukan untuk memuaskan orang lain (**Ace Partadiredja, 1985**). Produksi adalah mengubah barang agar mempunyai kegunaan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Jadi produksi merupakan segala kegiatan untuk menciptakan atau menambah guna atas suatu benda yang ditunjukkan untuk memuaskan orang lain melalui pertukaran (**Magfuri, 1987**). Bisnis konveksi banyak diminati di Indonesia karena permintaan pasar yang tinggi namun kompetitornya masih rendah. Pengertian Konveksi adalah sebuah tempat yang dibuat khusus untuk memproduksi merchandise yang berhubungan dengan sandang manusia. Sederhananya konveksi adalah tempat untuk memproduksi pakaian atau jenis fashion lainnya dalam jumlah tertentu. Beberapa jenis fashion yang dibuat di bisnis konveksi tersebut diantaranya : baju, kaos, jaket, celana, seragam, topi dan jenis fashion lainnya. Umumnya

bisnis konveksi memproduksi produk fashion dalam jumlah yang cukup banyak, misalnya 1 kodi. Hasil produksi dari usaha konveksi tentunya akan dipasarkan kepada masyarakat yaitu konsumen, sehingga usaha konveksi melakukan pemasaran, menurut **(Philip Kotler : 2001)**, pemasaran merupakan salah satu bentuk aktivitas kegiatan manusia yang memiliki landasan untuk mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui serangkaian proses baik pertukaran, penawaran dan masih banyak lagi hal lainnya. Pemasaran adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli maupun pembeli potensial **(William J Stanton dikutip Swasta dan Irawan, 2003)** Pemasaran yang dilakukan oleh usaha konveksi yang berkaitan dengan IPTEK di era digital saat ini bisa dilakukan pemasaran secara online. Pemasaran Online adalah penggunaan internet dan teknologi digital yang berhubungan untuk mencapai tujuan pemasaran dan mendukung konsep pemasaran modern. Pemasaran online adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa dengan menggunakan media internet **(Chaffey, 2000)**, Pemasaran online merupakan suatu strategi pemasaran yang dikembangkan berdasarkan kemajuan jaman dan kemajuan teknologi manusia yang dimanfaatkan untuk memasarkan suatu produk atau jasa melalui jaringan internet (**Dede Deniawan, 2016**)

C. METODE PELAKSANAAN

Metode Pendekatan

Ipteks bagi masyarakat pengrajin konveksi sebagai mitranya dilaksanakan melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan manajemen pemasaran dan Keuangan. Pelatihan adalah proses belajar bersama yang dilakukan oleh beberapa orang untuk memahami atau menguasai sesuatu pengetahuan atau keahlian tertentu. **(Ahsanul Minan, 2003)**. Sedangkan pendampingan adalah pekerjaan yang dilakukan oleh fasilitator dalam berbagai kegiatan program untuk pengembangan ekonomi. (**Rianingsih Djohani, 2012**)

Rencana Kegiatan

1. Persiapan Program Iptek Bagi Masyarakat

a. Menyusun rencana kegiatan secara matang

Upaya yang dilakukan untuk memulai Ipteks bagi Masyarakat dimulai dari menyusun rencana. Adapun langkah awal yang dilakukan adalah dengan koordinasi dengan tim, mengidentifikasi kriteria mitra, jumlah instruktur / pendamping, jadwal kegiatan, pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan, pelaksanaan monitoring dan evaluasi, serta rencana penyusunan laporan kegiatan.

b. Melakukan rapat koordinasi tim pelaksana

Dalam tahap ini tim melaksanakan rapat pembagian tugas tim, mengagendakan rapat koordinasi, yang ditujukan agar pelaksanaan kegiatan mulai dari persiapan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi, sampai pada pembuatan atau penyusunan laporan dapat berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

c. Menyiapkan instruktur atau pendamping dan pengrajin konveksi (mitra)

1. Instruktur atau Pendamping kegiatan

Tenaga instruktur sekaligus sebagai pendamping dalam kegiatan ini, yang dilibatkan adalah para ahli yang berasal dari Universitas sebanyak 2 (Dua) orang. Tenaga instruktur sekaligus sebagai pendamping yang ahli di bidang manajemen usaha kecil menengah (UKM) sebanyak 2 (Dua) orang yang memiliki pengalaman pelatihan dan pendampingan manajemen usaha kecil menengah.

d. Menyiapkan pengrajin

Pengrajin konveksi sebagai mitra dalam kegiatan sebanyak 2 pengrajin (usaha) konveksi, perekrutan mitra dan jumlah mitra didasarkan pada informasi bahwa pengrajin konveksi mengalami masalah.

e. Menyusun jadwal kegiatan program Iptek bagi masyarakat pengrajin konveksi.

Pelaksanaan Program Di Pengrajin Konveksi

a. Pelaksanaan pelatihan manajemen Pemasaran, Manajemen pemasaran yang tepat dengan menentukan strategi pemasaran, strategi yang digunakan sebelumnya adalah dengan 4 P. lalu mulai dengan teknologi yaitu dengan pemasaran on line.

b. Pelaksanaan pelatihan keuangan

c. Pelaksanaan pendampingan pemasaran yang terkait dengan teknologi yaitu pemasaran on line.

Pelaksanaan pemasaran on line dimana pelaksana bersama pakar mendatangi semua tempat usaha (objek kegiatan) ke pengrajin konveksi yang menjadi mitra sebanyak 2 pengrajin konveksi yang beralamat di Cibangkong Gatot Soebroto dengan melakukan pendampingan atau bimbingan teknis

manajemen usaha dalam aktivitas yang sedang di jalankan untuk mengarahkan, penerapakan hasil pelatihan mulai pembuatan blog, email dan lainnya yang terkait dengan pemasaran on line.

c. Pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi

Pelaksanaan Monitoring merupakan kegiatan yang di laksanakan oleh tim pelaksana kegiatan dalam mengamati dan memonitor pelaksanaan pelatihan dan pendampingan yang di jalankan atau di laksanakan oleh instruktur atau pendamping, sedangkan pelaksanaan evaluasi merupakan kegiatan penilaian yang dilaksanakan oleh tim pelaksana pasca program pelatihan dan pendampingan manajemen pemasaran on line. Kegiatan ini di tujukan untuk menilai hasil pelaksanaan program atau indikator keberhasilan, juga kelemahan yang mungkin ada dengan mencari faktor-faktor penyebabnya, dan juga sebagai bahan rekomendasi tim kepada pihak-pihak terkait (pemda, lembaga pendidikan dll) dengan pengrajin konveksi (UMKM) khususnya di Kota Bandung.

d. Membuat Laporan

Pembuatan laporan kegiatan program iptek bagi masyarakat pengrajin konveksi Kota Bandung ini di dasarkan pada hasil pelaksanaan kegiatan, monitoring, dan evaluasi.

Partisipasi Pengrajin Konveksi Dalam Pelaksanaan Program

Dalam pelaksanaan program pada pengrajin konveksi (mitra) untuk mencapai solusi (pemecahan) masalah pemasaran on line dalam peningkatan produktivitas usaha dengan meningkatkan pemasaran dan produksi. Apabila sebagian besar pengrajin (75%) dapat mencapai kompetensi yang diharapkan, yaitu mampu melakukan pemasaran on line dan mampu meningkatkan produksi dengan bertambahnya peralatan dan mampu menyusun keuangan, diharapkan hasil yang diperoleh dapat meningkatkan produktivitas konveksi.

D. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan di usaha konveksi Kota Bandung berkaitan dengan usaha yang dijalankan oleh Mitra I dan Mitra 2 telah dilakukan beberapa kegiatan. Hal-hal yang telah dilakukan kepada kedua mitra adalah sebagai berikut:

1. Kedua mitra dalam kegiatan IbM ini merupakan mitra, dimana mitra 1 adalah usaha konveksi yang melakukan kegiatan usaha mulai dari pembuatan kaos dalam bentuk bahan baku menjadi barang jadi. Sampai kaos itu kemudian di sablon dan siap untuk dikirim. Selain itu juga kegiatan usaha yang dilakukan oleh mitra 1 dengan menjual dalam bentuk kaos polos baik untuk keperluan distro maupun untuk kaos printing. Mitra 2 adalah salah satu pelanggan mitra 1, dimana di setiap pesanan kaos mitra 2 pesan kepada mitra 1. Yang selanjutnya oleh mitra 2 dibuat kaos printing sesuai pesanan.
2. Berdasarkan kegiatan ini, untuk meningkatkan usaha yang dijalankan baik oleh mitra 1 dan 2 maka tim telah melaksanakan kegiatan dengan memberikan bantuan. Hal yang dilakukan pertama kepada kedua mitra adalah peralatan. Namun peralatan yang diberikan kepada kedua mitra berbeda. Untuk mitra 1 yang lebih kepada konveksi untuk meningkatkan usahanya dan tidak lagi harus menggunakan jasa yang lain (makloen) maka mitra 1 diberikan bantuan dalam bentuk mesin rantai sesuai dengan kebutuhannya. Sementara untuk mitra 2, yang lebih kepada jasa printing maka kebutuhan untuk meningkatkan usahanya adalah dengan diberikan bantuan dalam bentuk mesin press topi. Karena mesin press topi belum memiliki sementara permintaan printing topi banyak.. Dengan diberikannya bantuan dalam bentuk mesin press ini, maka usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan lancar.
3. Selain produksi kedua mitra untuk meningkatkan penjualan dengan pemasaran on line, namun untuk mitra 1 terkait dengan pemasaran on line sudah berjalan walaupun masih sangat terbatas. Saat ini mitra 2 sudah memiliki web site sendiri untuk pemasaran on line yaitu dengan alamat webnya www.keidigital.com, dengan adanya web akan sangat besar pengaruhnya terhadap peningkatan penjualan. Karena pemasaran yang terjadi diantara kedua mitra hanya sekitar kota Bandung, Jakarta dan beberapa luar daerah, belum merambah ke beberapa daerah.
4. Selain dengan web site mitra juga melakukan promosi dengan membuat catalog, hal ini dilakukan untuk lebih meningkatkan penjualan dan memberikan informasi langsung kepada konsumen terkait dengan produk yang ditawarkan. Sehingga konsumen
5. Pelatihan pencatatan keuangan atau pembukuan, kedua mitra belum melaksanakan pencatatan keuangan secara tertib. Maka pada kegiatan ini kedua diberikan pelatihan dalam bentuk pelatihan pencatatan pembukuan. Pada awal pelatihan mitra diberikan pemahaman keuangan secara umum, untuk lebih spesifik lagi mitra belum melaksanakan karena kesibukan dari kedua mitra.

E. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan yang dapat team berikan pada kegiatan Ipteks Bagi Masyarakat Di Konveksi Kota Bandung adalah sebagaiberikut:

1. Kedua mitra telah melaksanakan kegiatan yang pertama yaitu untuk peningkatan penjualan, dalam hal ini kedua mitra telah memperoleh peralatan. Peralatan yang diperoleh kedua mitra berbeda karena spesifikasi usaha yang dijalankan tidak sama. Untuk mitra 1 lebih kepada mesin rantai dan mitra 2 lebih kepada mesin press
2. Kedua mitra belum melaksanakan pelatihan pemasaran on line, namun kedua mitra telah mendapatkan penjelasan secara umum terkait pemasaran on line.
3. Target ketiga yang dilaksanakan pada kedua mitra adalah yaitu berkaitan dengan pencatatan keuangan. Hal ini dilakukan karena kedua mitra belum melaksanakan pencatatan pembukuan secara tertib.

Saran

Saran yang dapat team berikan untuk keberlangsungan kedua usaha mitra adalah sebagai berikut :

1. Saran yang diberikan kepada kedua mitra berbeda, terutama :
 - Untuk mitra 1 perlu adanya manajemen yang jelas, terutama menyangkut kepada keuangan, karena tidak jelasnya pengelola keuangan akan menyebabkan usaha sulit untuk berjalan.
 - Untuk mitra 2 perlu adanya inovasi dan promosi yang perlu dilakukan secara terus menerus, hal ini dikarenakan banyaknya fashion yang menjamur di Kota Bandung. Tentunya harus menjadi pemicu agar keberlangsungan usaha tetap berjalan.
2. Diharapkan kedua mitra melakukan sinergisitas usaha yang terus berlanjut, dimana ada kerjasama yang jelas antar kedua mitra. Kekurangan permintaan terhadap mitra 1 dapat diatasi atau sebaliknya mitra 2 dapat memberikan order kepada mitra 2.

DAFTAR PUSTAKA

Ahsanul Minan, 2003, "Modul Pelatihan" diperoleh 17 April 2014 dari <https://docs.google.com/ahsanulminan.webs.com/modul/modul>.

Rianingsih Djohani, 2012, "Konsep Pendampingan Masyarakat" diperoleh 17 April 2014 [https://docs.google.com/riadjohani.files.wordpress.com/2012/konsep-masyarakat-pendampingan - masyarakat](https://docs.google.com/riadjohani.files.wordpress.com/2012/konsep-masyarakat-pendampingan-masyarakat).

Rahmad Agus, 2013, "Pengenalan Bisnis dan Pabrik Konfeksi" diperoleh 2 April 2014 <http://www.pabrikkaosbandung.com/konveksi/pengenalan-bisnis-dan-pabrik-konveksi>

Info Bandung, 2013, "Bisnis Usaha Konveksi Bandung" diperoleh 14 April 2014 <http://Infobandung.org/bisnis-usaha-konveksi-di-bandung-1004.html>.
<http://www.pabrikkaosbandung.com/konveksi/pengenalan-bisnis-dan-pabrik-konveksi>

Afif, 2017, "Pengertian Konveksi Beserta Perbedaannya Dengan Garmen dan Penjahit Biasa, diperoleh 13 Oktober 2018 dari <https://docs.google.com.satujam.com>

Rio Brian, "Kiat Memulai Bisnis Konveksi Skala Rumahan" diperoleh 13 Oktober 2018 dari <https://docs.google.com.www.maxmanroe.com>

Ace Partadiredja, 1985, "Pengantar Ekonomi", BPFE-UGM, Yogyakarta, diperoleh dari www.sarjanaku.com 2012/12 Blog Pendidikan Indonesia

Magfuri, 1987, "Pengertian Bahasa" diperoleh dari blogspot.com 2013/02 Blog Pendidikan Indonesia

Philip Kotler, 2001, "Jurnal Manajemen (Kumpulan Materi Manajemen Terlengkap)" diperoleh 13 Oktober 2018 dari jurnalmanajemen.com

Swasta & Irawan, 2003, Chaffey, 2000, "Pemasaran Online Menurut Para Ahli", diperoleh 28 Oktober 2016 dari deniawan27.blogspot.com Dede Deniawan, 2016,