

PENGEMBANGAN USAHA MUKENA AINI KOTA BANDUNG

Oleh:

Dr. Yuyun Yuniarti, M.Si

FISIP UNPAS

Bandung

ABSTRAK

Pembuatan busana muslim di Kota Bandung merupakan kegiatan yang dilakukan secara terus menerus baik itu dilakukan oleh perseorangan maupun dilakukan oleh pengusaha yang besar. Jenis busana muslim yang diproduksi beraneka ragam mulai dari baju muslim untuk laki-laki maupun untuk perempuan seperti baju koko, baju gamis maupun produk mukena.

Dalam melakukan kegiatan produksi, ternyata para produsen mukena yang bermerk Aini mengalami beberapa kendala diantaranya masalah pengadaan modal usaha, pengelolaan pemasaran, pengelolaan Sumber Daya Manusia maupun pengelolaan keuangan serta masih terbatasnya fasilitas kerja yang dimiliki.

Universitas Pasundan sebagai lembaga Perguruan Tinggi yang ada di tengah-tengah masyarakat mencoba memberikan solusi untuk menanggulangi masalah yang dihadapi oleh para produsen busana muslim tersebut melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang digawangi oleh kelompok pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan bantuan kepada pihak produsen, khususnya produsen busana muslim untuk bisa terus melakukan usahanya sehingga kegiatan mereka bisa menunjang perekonomian di wilayah sekitarnya dan dapat meningkatkan kesejahteraan penduduk di wilayah tersebut.

Kata Kunci : pengembangan usaha mukena

1. PENDAHULUAN

Busana mukena adalah perlengkapan sholat perempuan muslim khas Indonesia, sebenarnya dalam islam tidak ada kaidah terperinci perihal pakaian seperti apa yang seyogyanya digunakan untuk sholat yang ada hanyalah prinsip-prinsip umum bahwa busana untuk sholat hendaknya menutup aurat dan bersih dari noda dan kotoran.

Mukena adalah komoditas budaya khas Indonesia konon merupakan hasil penyesuaian yang dilakukan oleh para wali zaman dahulu sesuai dengan prinsip dalam agama islam. Prinsip agama islam menerangkan bahwa seorang wanita muslimah harus berpakaian bersih, rapi, wajar, tidak berlebihan, tidak menyerupai pakaian wanita kafir, tidak menyerupai laki-laki, kainnya harus tebal, tidak diberi wewangian dan menutup aurat.

Usaha mukena mulai menjamur dikalangan wanita muslimah. Mukena tersedia pula untuk anak-anak dengan berbagai model. Hal ini terjadi untuk memenuhi kebutuhan mukena yang meningkat secara signifikan terutama pada bulan Romadhon.

Dewasa ini mukena digunakan bukan sekedar penutup aurat wanita. Mukena dikenakan sebagai busana untuk mempercantik penampilan agar tampil modis dan menarik. Mukena semakin laris dijual di pusat-pusat pembelanjaan. Usaha mukena ini adalah salah satu usaha yang memiliki kemungkinan rugi sangat kecil karena mukena merupakan produk yang tidak mudah rusak dan tidak basi.

Segmen pasar dari usaha mukena cukup besar karena mayoritas penduduk Indonesia adalah islam. Seiring berkembangnya zaman motif warna dan model mukena juga semakin bervariasi, mulai dari mukena *One piece* (terusan) abaya dan *Two piece*. Selain itu mukena dengan tema gambar kartun juga tersedia bagi anak-anak sehingga anak-anak akan lebih termotivasi dalam menjalankan sholatnya.

Apabila dilihat dari segi konsumen konsumen maka konsumen tidak akan sibuk karena harus membuat terlebih dahulu, mukena yang akan digunakan nanti. Pembuatan mukena adalah symbol tradisional, sedangkan komodifikasi mukena adalah symbol modernitas.

Praktis, dalam berbagai corak sangat beragam demikian pula dengan bahan yang dipakai sangat bervariasi mulai bahan katun, bahan sutra, samapai bahan parasit. Hali ini tergantung dari kenyamanan dari Kegiatan pembuatan mukena pada saat ini terutama yang menyangkut mukenayang pemakaian mukena tersebut sampai dengan penentuan harga jual ke konsumen.

Demikian pula UKM Aini yang memproduksi mukena di daerah Padasuka Kota Bandung, sejak tahun 2010 , UKM ini mencoba memproduksi mukena dari bahan baku Viscos dengan model mukena *two pice*, dan mukena sarimbit.

Pembuatan model mukena *two pice* dimaksudkan untuk lebih praktis dalam penggunaannya sedangkan mukena sarimbit adalah mukena yang diproduksi untuk ibu dan anaknya sehingga keduanya memakai mukena yang lebih serasi.

Dalam kegiatannya usahanya UKM Aina selama satu bulan bisa memproduksi rata-rata sekitar 120 potong mukena sebulan atau bisa mencapai 200 potong mukena jika mendapatkan pesanan dari konsumen, dengan proses produksi mulai dari penentuan model (desain), penentuan bahan baku, penentuan ukuran , penguntingan bahan, proses jahit sampai pengemasan.

Mitra mukena merk Aini dipilih sebagai mitra dalam program kepakaran bidang pengabdian didasarkan atas pemikiran bahwa di wilayah tersebut ternyata terdapat beberapa UKM yang giat dan dengan semangat serta motivasi yang tinggi untuk menyerap tenaga kerja yang dibutuhkan dari berbagai tingkatan, sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran yang memang tinggi, disamping itu keberadaan UKM ini ternyata mendukung program Kota Bandung yang terkenal dengan Industri Kreatif. Kreativitas tersebut ada di berbagai bidang baik di bidang pakaian/*fashion* maupun industri kreatif di bidang makanan/*culinary*. Dalam menjalankan kegiatan usahanya sentra Ukm mukena menghadapi permasalahan sebagai berikut :

- a. Permasalahan permodalan dan pengelolaan keuangan.
- b. Permasalahan teknologi.
- c. Permasalahan kreativitas
- d. Permasalahan pemasaran.
- e. Permasalahan manajemen terutama manajemen MSDM

Berdasarkan uraian di atas, dapat dilihat bahwa permasalahan yang dihadapi oleh mukena Aini Kota Bandung menghadapi permasalahan yang menyangkut kreativitas, pengembangan jiwa berwirausaha, permodalan dan pengelolaan manajerial, untuk itu perlu diberikan pelatihan, pendampingan dan pemberian bantuan alat produksi sehingga akan menambah penghasilan dan mensejahterakan kehidupan masyarakat sekitar umumnya mensejahterakan masyarakat sekitar Kota Bandung..

Berdasarkan hasil wawancara Mitra sebagai pemilik produsen pada bulan Januari 2018 menyampaikan permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

- a. Terbatasnya permodalan yang dimiliki sehingga belum mampu mengganti mesin-mesin yang dimiliki yang sudah tua peralatan atau alat produksi yang masih terbatas seperti alat seeler atau alat packaging dan lay out ruangan yang belum sesuai dengan proses produksi dan kurang nyaman..
- b. Belum adanya kegiatan promosi yang optimal, masih mengandalkan dari mulut ke mulut. terutama promosi melalui media elektronik seperti computer (*on-line*)
- c. Belum adanya pengetahuan pengelolaan keuangan perusahaan yang baik
- d. Terbatasnya wawasan pengembangan bisnis.
- e. Kurangnya kemampuan mengakses pasar.

Atas dasar permasalahan tersebut di atas, maka tim dan calon mitra bersepakat untuk menentukan permasalahan prioritas yang dapat dicarikan solusinya melalui program Pengabdian Pada Masyarakat (P3M) Fisip Unpas sebagai berikut :

- a. Meningkatkan daya kreativitas dan inovasi sehingga produk mukena bisa dibuat berbagai bentuk dan desain serta berbagai ukuran mukena.

- b. Meningkatkan kemampuan pengelolaan atau manajemen usaha yang baik dan benar (produksi, promosi, SDM, keuangan).
- c. Memberikan fasilitas promosi produk melalui pemasaran produk on-line.
- d. Fasilitasi pembelian peralatan proses produksi (Sealer) dan lay out tata ruang produksi.

Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut maka perlu ditentukan langkah-langkah persiapan pelaksanaan dan evaluasinya agar kegiatan produksi UKM mukena.

2. PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah " Tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha ".

Sedangkan untuk usaha yang berskala besar dan mapan, terutama di bidang teknologi industri yang terkait "Pengembangan usaha" istilah yang sering mengacu pada pengaturan dan mengelola hubungan strategis dan aliansi dengan yang lain, atau perusahaan pihak ketiga.

Dalam hal ini perusahaan dapat memanfaatkan satu sama lain keahlian, teknologi atau kekayaan intelektual untuk memperluas kapasitas mereka untuk mengidentifikasi, meneliti, menganalisis dan membawa ke pasar bisnis baru dan produk baru, pengembangan bisnis berfokus pada implementasi dari rencana bisnis strategis melalui ekuitas pembiayaan, akuisisi / divestasi teknologi, produk, dan lain – lain

Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat, kita dituntut untuk dapat mengembangkan usaha, supaya usaha kita dapat maju dan besar serta menjadi pengusaha yang sukses. Definisi pengembangan usaha itu sendiri adalah terdiri dari sejumlah tugas dan proses yang pada umumnya bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan peluang pertumbuhan. Tetapi pada kenyataannya untuk mengembangkan usaha yang pada awalnya dimulai dari nol besar atau baru memulai usaha sangatlah sulit.

Hambatan Dalam Pengembangan Usaha

Banyak hambatan – hambatan yang dihadapi seperti kekurangan modal, tenaga kerja yang ahli atau terampil, kinerja keuangan usaha yang buruk, dan sebagainya. Tetapi hambatan-hambatan itu semua dapat diatasi dengan cara mengembangkan dan menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik. Pengembangan usaha bukan saja dibarengi dengan modal yang banyak atau tenaga kerja yang terampil, tetapi juga harus dibarengi dengan niat dari diri kita sendiri. Dengan niat yang sungguh – sungguh kita bisa mengembangkan usaha kita menjadi lebih besar. Jika tidak mengembangkan usaha dengan sungguh – sungguh maka sebaliknya usaha kita akan bangkrut.

Cara lain yang harus dilakukan untuk dapat mengembangkan usaha dengan baik adalah dengan memberikan pendidikan meningkatkan keahlian kepada pengusaha (wirausaha) seperti memberi pelatihan workshop tentang pengembangan usaha, dan sebagainya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang lebih kepada pengusaha terhadap pengembangan usaha yang baik. Dan perlu diingat bahwa pengembangan usaha itu merupakan bagian dari perencanaan pemasaran (marketing plan) oleh karena itu setiap pengusaha baik pengusaha kecil maupun besar harus mampu membuat marketing plan terlebih dahulu sebelum mengembangkan usahanya. Di dalam marketing plan itu dimuat hal-hal sebagai berikut seperti analisa situasi, tujuan pemasaran, anggaran pemasaran, kontrol / pengawasan terhadap pemasaran dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha yang baik itu dimulai dari diri kita sendiri walaupun banyak menghadapi kendala – kendala dalam dunia usaha. Dan Faktor modal bukanlah menjadi hal yang terpenting dalam mengembangkan usaha tetapi strategi bagaimana kita sebagai pengusaha dapat mengembangkan usaha yang baik, sehingga

usaha kita dapat bertahan lama dan tidak bangkrut. Dengan demikian Pengembangan usaha yang baik tidak lepas dari masukan atau informasi yang sifatnya membangun untuk pengusaha.

Strategi Dan Cara Pengembangan Usaha

Suatu usaha yang telah dikenal baik oleh banyak masyarakat dan menghasilkan laba disebut dengan usaha yang telah berkembang, usaha seperti itu yang ingin dicapai oleh semua pelaku usaha. Kita menyadari bahwa ketika kita telah berhasil dalam membangun/memulai suatu usaha baru, tantangan berikutnya adalah bagaimana strategi dan cara mengembangkan usaha yang kita miliki agar menghasilkan sesuatu sesuai dengan yang kita harapkan. Inti dan garis besar dari pengembangan usaha adalah pemasaran dan maksimalnya laba, ada beberapa hal yang bisa dilakukan dalam pemasaran dan pemaksimalan laba, berikut ini adalah strategi dan cara yang dapat kita lakukan dalam upaya untuk mengembangkan usaha :

- a. Strategi dan cara yang pertama ini adalah dengan melakukan pengolahan terhadap produk yang dimiliki, kita bisa melakukan inovasi terhadap produk agar berbeda dan terlihat lebih menarik dari produk yang lainnya, ataupun kita bisa melakukan perbaikan terhadap produk agar dapat bersaing dengan produk-produk lain. Inti dari strategi dan cara mengembangkan usaha yang pertama ini adalah produk yang kita miliki tidak boleh kalah dan harus bisa bersaing dengan produk lainnya.
- b. Strategi dan cara yang kedua ini adalah melakukan pengembangan dengan melakukan promosi/iklan secara konsisten, jika kita mengenalkan produk kita secara terus-menerus atau konsisten alhasil para konsumen tidak akan mudah melupakan merk produk yang kita tawarkan, dan diharapkan produk kita dapat menjadi pertimbangan para konsumen.
- c. Strategi dan cara mengembangkan usaha yang ketiga adalah dengan memberikan harga yang terjangkau dan kompetitif, serta memberikan pelayanan yang maksimal terhadap konsumen/pelanggan. Jangan memberikan harga yang terlalu mahal, jangan terlalu rakus. Kita hanya perlu memastikan bahwa kita tidak mengalami kerugian, dan berikanlah pelayanan semaksimal mungkin kepada para konsumen maupun pelanggan agar mereka dapat menilai langsung keunggulan kinerja kita.
- d. Strategi dan cara yang keempat adalah mencoba menjalin hubungan yang harmonis kepada para pihak internal maupun eksternal perusahaan. Pihak eksternal dapat meliputi para distributor, pemasok, ataupun para pelanggan, sedangkan pihak internal seperti para karyawan. Bisa kita bayangkan jika hubungan kita dengan mereka tidak harmonis, apa bisa urusan kita dapat berjalan lancar yang ujung-ujungnya menyangkut urusan usaha kita, saya rasa tidak.
- e. Strategi dan cara mengembangkan usaha yang kelima adalah dengan berusaha keras, bersungguh-sungguh dan mau belajar. Ini yang harus kita lakukan jika ingin usaha yang telah kita rintis dengan susah payah dapat berkembang.

Tingkatan Dalam Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha memiliki tingkat yang berbeda. Level atau tingkatan tersebut menjadi produk, komersial dan korporasi. Berikut adalah tingkatan – tingkatan yang ada pada pengembangan usaha yaitu :

Tingkat Produk

Pada level produk pengembangan usaha berarti mengembangkan produk atau teknologi baru. Meskipun tingkat pengembangan dapat berbeda dari perusahaan ke perusahaan. Tingkat perkembangan usaha dibagi menjadi satu kategori yaitu : Perkembangan incremental. Perkembangan Incremental adalah perkembangan yang meningkatkan fungsi yang ada platform atau teknologi, sementara pengembangan mengganggu atau terputus-putus benar-benar hal baru yang dikembangkan dari awal.

Misalnya dari pembangunan berkelanjutan adalah tambahan ekstensi untuk produk yang sudah ada seperti baru baru ini untuk sampo, kamera digital dengan pixel 5MIO untuk ponsel anda. Dalam kedua kasus platform ponsel, shampo dan mobile tetap sama.

Tingkat Komersial

Dalam contoh bentuk pengembangan usaha di tingkat komersial berarti berburu pelanggan baru di segmen pasar yang baru. Dengan demikian pekerjaan ini memerlukan individu yang secara psikologis kuat dan mampu menangani banyak masalah. Tingkat berikutnya dari pengembangan usaha komersial adalah saluran atau organisasi penjualan. Saluran atau organisasi penjualan dapat terdiri dari mitra dan agen seperti, distributor, pemegang lisensi, franchisee, atau cabang sendiri baik di nasional atau internasional. Pengembangan usaha komersial adalah tingkat rantai nilai. Pada pengembangan rantai nilai tingkat usaha adalah tentang mengembangkan penawaran produk secara keseluruhan. Pengembangan usaha /bisnis di perusahaan-perusahaan teknologi yang telah mengembangkan platform yang harus diintegrasikan atau dikombinasikan dengan teknologi lain atau platform untuk membentuk seluruh produk. Seluruh produk umumnya terdiri dari beberapa teknologi untuk membuatnya menjadi hidup. Sebuah teknologi pada umumnya tidak dikembangkan oleh satu perusahaan tapi bersumber dari orang lain yang bertujuan untuk menghemat waktu dalam proses usaha .

Tingkat Korporasi

Fokusnya adalah bukan pada produk maupun komersial tetapi pada korporasi tingkatan usaha. Dan pada intinya tingkat pengembangan usaha ini adalah tentang merger & akuisisi (M & A), usaha patungan (JV), saham langsung investasi (DEI) dan aliansi strategis. Ini berkaitan dengan analisa bisnis portofolio, keuangan perusahaan, hukum kontrak, hukum pajak, hukum sosial, anti kepercayaan hukum, manajemen perubahan , dan manajemen budaya

Unsur – Unsur Dalam Mengembangkan Usaha

Adapun unsur – unsur penting dalam mengembangkan usaha ada 2 yaitu :

Unsur yang berasal dari dalam (pihak internal) :

- a. Adanya niat dari si pengusaha / wirausaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar.
- b. Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi , cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang / produk , dan lain – lain.
- c. Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukkan dan pengeluaran produk .

Unsur dari pihak luar (Pihak eksternal) :

- a. Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha.
- b. Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar.
- c. Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik / kondusif untuk usaha

Aspek – Aspek Yang Diperhatikan Dalam Mengembangkan Usaha

Pengembangan usaha terdiri dari beberapa aspek seperti aspek strategi , manajemen pemasaran, dan penjualan, seperti :

Aspek strategi contohnya :

- a. Meneliti jenis usaha baru dengan penekanan pada mengidentifikasi kesenjangan (yang ada dan / atau diharapkan) oleh konsumen .
- b. Menciptakan pasar baru
- c. Menciptakan produk baru dengan karakteristik yang menarik konsumen

Aspek manajemen pemasaran contohnya :

- a. Menembus dan menguasai pangsa pasar .
- b. Mengolah situasi / peluang pasar yang ada dengan teliti.
- c. Memasarkan produk dengan jaringan yang luas seperti impor produk ke luar negeri.
- d. Membuat strategi pemasaran yang dapat membuat konsumen membeli produk kita , seperti memasang iklan , brosur, dan lain-lain.

Aspek penjualan contohnya :

- a. Memberikan saran tentang perancangan dan menegakkan kebijakan penjualan dan proses tindak lanjut penjualan .

- b. Banyak volume produk yang akan dijual.
- c. Tingkat keamanan dalam proses penjualan barang.
- d. Menjual produk dengan harga yang terjangkau dan memiliki kualitas yang baik.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun analisa masalahnya adalah

- a. Faktor kurangnya permodalan.

Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UKM, karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi

- b. Kesulitan dalam pemasaran produk .

Kesulitan memasarkan produk dapat berakibat berlebihan penyimpanan produk di gudang atau over produk. Sehingga tidak ada pemasukkan bagi si pengusaha.

- c. Persaingan usaha yang semakin ketat .

Persaingan usaha yang semakin ketat mendesak para pengusaha bersaing dengan pengusaha lainnya , hal ini jika tidak diantisipasi maka pengusaha yang kalah bersaing akan mengalami gagal produk .

- d. Kesulitan bahan baku .

Kesulitan dalam bahan baku adalah faktor yang sangat vital dalam proses pengembangan usaha. Jika tidak ada bahan baku maka akan dipastikan perusahaan tidak bisa melakukan kegiatan usahanya.

- e. Kurangnya keahlian teknis dan tenaga ahli.

Adapun solusinya adalah

- Modal dapat diperoleh bukan hanya dari dalam tetapi bisa juga dari luar seperti dari pinjaman bank , hibah , dan sebagainya.
- Membuat saluran pemasaran yang luas seperti memasarkan barang tidak hanya di dalam negeri saja tetapi jika bisa diekspor ke luar negeri. Dengan begitu produk kita akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat .
- Menerapkan strategi usaha diantaranya seperti yang telah dibahas sebelumnya seperti menerapkan strategi penjualan contohnya membuat diversifikasi produk, menemukan produk baru dan sebagainya.
- Membuat lokasi usaha dengan mempertimbangkan mudahnya memperoleh suatu bahan baku untuk mengembangkan usaha atau dengan kata lain memilih lokasi yang strategis dalam usaha.
- Merekrut tenaga ahli dengan cara melakukan seleksi yang ketat kepada calon pelamar di perusahaan anda, dengan demikian anda bisa mendapatkan tenaga yang benar – benar ahli dibidangnya.

Target luaran dari kegiatan ini adalah berkembangnya sentra produksi mukenadi Kota Bandung. Adapun target luaran dari kegiatan baik melalui pelatihan, pendampingan, Fasilitasi sebagai berikut :

- a. Target Pelatihan dan pendampingan kreativitas dan Inovasi

- Mitra dapat menciptakan gagasan atau ide baru dan menemukan cara baru dalam menyikapi masalah dan memanfaatkan peluang usaha.
- Mitra dapat menerapkan dalam proses produksi berbagai ide kreatif baik dalam segi desain, bentuk yang kreatif sesuai dengan tuntutan konsumen (pasar) yang baru..

- b. Target Pelatihan dan Pendampingan.pengelolaan atau Manajemen Usaha

- (1). Dari aspek pasar dan pemasaran ditetapkan target bagi mitra sebagai berikut :
 - Mampu menetapkan strategi pemasaran
 - Mampu menetapkan posisi produk.
 - Mampu menetapkan promosi yang tepat.
 - Mampu menetapkan harga jual.
 - Mampu menetapkan target pasar dan pangsa pasar.
- (2). Dari aspek Manajemen Produksi ditetapkan target mitra sebagai berikut:
 - Mampu melaksanakan mekanisme dan mengendalikan pengadaan bahan baku/penolong/pembantu dan peralatan
 - Mampu melaksanakan dan mengendalikan kegiatan produksi sesuai dengan kuantitas dan kualitas yang telah ditetapkan
 - Mampu menggunakan dan mengendalikan teknologi dan peralatan yang ada
- (3). Dari aspek manajman dan organisasi ditetapkan target bagi mitra berikut:
 - Mampu melaksanakan merancang perencanaan usaha
- (4). Dari aspek sumber daya manusia ditetapkan target bagi mitra sebagai berikut:
 - Mampu melaksanakan mengdeskripsikan atau spesifikasipekerjaan
 - Mampu melaksanakan peningkatan jiwa kewirausahaan
- (5). Dari aspek Akuntansi dan Keuangan ditetapkan target bagi mitra sebagai berikut:
 - Mampu menyusun dan memiliki laporan neraca, laba rugi, dan aliran kas
 - Mampu memahami dan menggunakan analisis keuangan
 - Mengetahui dan memahami sumber-sumber permodalan
 - Mampu menyusun perencanaan penggunaan modal
 - Mampu menggunakan modal investasi dan modal kerja
 - Mampu memupuk permodalan

Tahap Pelatihan

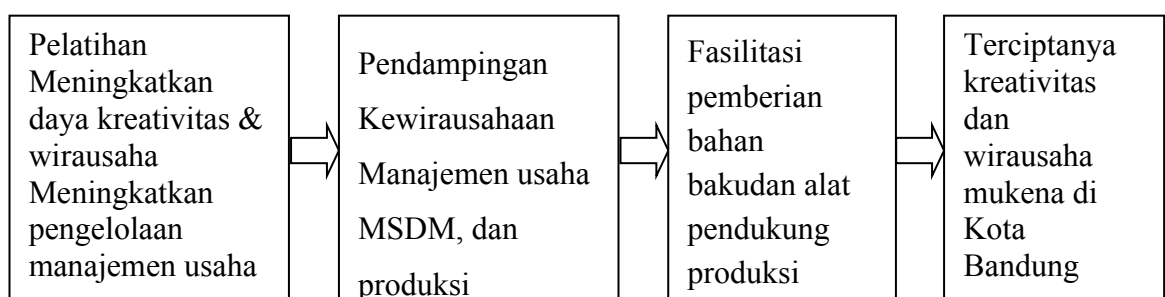
Pada tahap pelatihan ini dilaksanakan di tempat kegiatan produksi mukena . Metode pelatihan adalah menggunakan metode praktis sesuai masalah dan kebutuhan mitra, dengan metode atau materi yang diberikan adalah : pelatihan kreativitas, pelatihan pengelolaan manajemen usaha yang meliputi pelatihan manajemen pemasaran, pelatihan manajemen produksi, pelatihan manajemen organisasi, pelatihan manajemen Sumber daya manusia, pelatihan penyusunan laporan keuangan dan pelatihan manajemen keuangan.

Tahap pendampingan

Pada tahap pendampingan ini tim pendamping melaksanakan bimbingan/pendampingan langsung di lapangan di tempat usaha mitra dan sekaligus melakukan evaluasi terhadap hasil dari pelatihan baik baik dalam pendampingan kreativitas mitra dan pendampingan pengelolaan manajemen usaha yang meliputi : pendampingan melaksanakan analisis pasar dan manajemen pemasaran, pendampingan manajemen produksi, pendampingan pelaksanaan organisasi, pendampingan pelaksanaan MSDM, pendampingan penyusunan laporan keuangan dan pendampingan pelaksanaan manajemen keuangan.

Tahap Fasilitasi Pembelian Peralatan dan Mesin bagi Mitra

Setelah dilaksanakan tahap pelatihan dan pendampingan tahap berikutnya adalah tahap fasilitasi pemberian peralatan yang mencakup pembelian mesin dan kain untuk mukena. Tahap ini dilaksanakan setelah tahap pelatihan dan pendampingan secara bersamaan dapat dipraktekan atau diimplementasikan oleh mitra sehingga memiliki kepercayaan tinggi dan semangat untuk berwirausaha.



Hasil dari kegiatan Pengembangan Usaha Mukena Aini Di Kelurahan Pasir Layung Kecamatan Cibeuying Kaler Kota Bandung adalah sebagai berikut:

- a. Aspek Produksi
 - UKM tersebut dapat meningkatkan kapasitas produksinya yang sebelumnya hanya bisa memproduksi 2 potong per hari menjadi 4 potong perhari (100 pcs/ bulan).
- b. Aspek Pemasaran
 - UKM tersebut dapat memasarkan produknya lebih luas, yaitu dengan menjual produk tersebut disalah satu kios busana muslin yang terletak dipertokotan Baltos (Balubur Town Squer) Kota Bandung.
- c. Aspek Inovasi dan Kreativitas
 - UKM tersebut dapat menciptakan produk mukena yang lebih bervariasi dari segi ukuran (S, M, L, dan XL)
 - Setelah mengikuti kegiatan ini mukena Aini juga dapat membuat tas mukena yang sesuai dengan ukuran serta motif mukena itu sendiri sehingga dalam penjualannya mengepak (*packaging*) mukena dikemas secara menarik dengan tas mukena yang bagus..
- d. Aspek Kewirausahaan
 - UKM tersebut dapat lebih termotivasi untuk terus-menerus melakukan kegiatan yang sifat kemandirian.

Sebelum melakukan kegiatan pengabdian di produsen mukena AINI , kegiatan diskusi dilakukan, tujuannya adalah untuk menemukan titik temu antara pihak mitra dan pelaksana. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan mitra, dalam menjalankan usahanya mengalami beberapa hambatan/masalah untuk itu pihak pelaksana berdiskusi dengan berbagai pihak yang berkompeten untuk membantu permasalahan mitra.

4 .KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian pada Masyarakat (PPM) yang diselenggarakan oleh Fisip Unpas, maka kegiatan ini mempunyai aspek :

- a. Segi Produksi
- b. Segi Pamasaran
- c. Inovasi dan Kreativitas
- d. Segi Kewirausahaan.

(1). Mempunyai dampak yang positif terhadap kegiatan Pengembangan usaha mukena aini di Kota Bandung.

(2). Bagi tim pelaksana dapat memberikan kontribusi keilmuaan kepada masyarakat khususnya yang bergerak di bidang kewirausahaan.

Kegiatan ini sangat bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi para pelaku usaha untuk membrikan motivasi yang terus menerus kepada mereka sehingga dapat melakukan usaha secara konsisten dan sukses.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Baumbach, Clifford, M.1985, How to Organize and Operate A Small Bussiness. New Jersey Prentice Hall, Inc.Englewoods Clift.
- Boone& Kurtz 2009, Contemporary Business, **Bisnis** Kontemporer, Jakarta Salemba empat.
- Buchori Alma 2010, Pengantar Bisnis, Bandung Alfabeta.
- Cravens, David W. 1996. Pemasaran Strategi Jakarta Erlangga.
- Tulus Tambunan. 2011 UMKM di Indonesia, Jakarta Ghalia Indonesia.
- Noer Sutrisno, 2005 Ekonomi Rakyat Usaha Mikro dan UKM , STIEKPI Yogyakarta.

Rujukan lain :

1.restrukturisasi usaha KUMKM. www.kementrian KUKM 2005.

LAMPIRAN/ BIBLIOGRAPHY



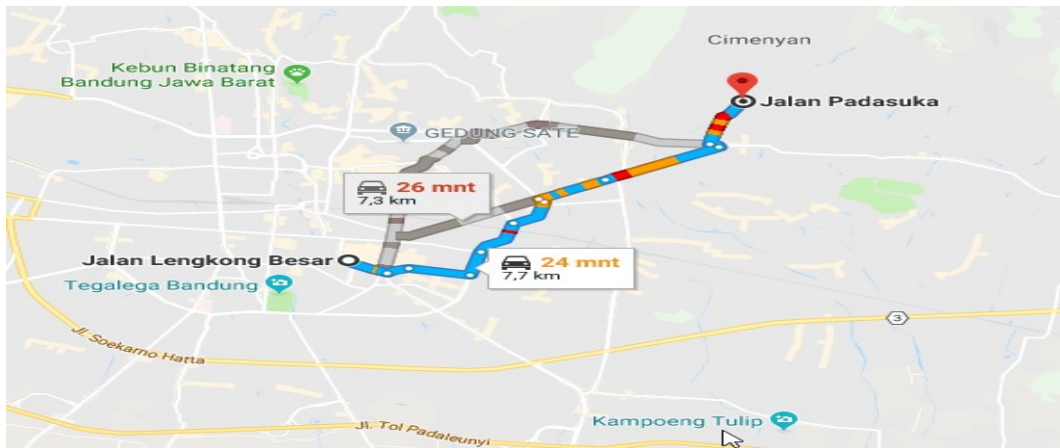
Gambar 1.Kegiatan Proses Produksi



Gambar 2. Contoh mukena "AINI"



Gambar 3. Pelaksana Kegiatan Dengan Mitra



Gambar 4. Lampiran (Peta Lokasi)