

IPTEK BAGI MASYARAKAT KEBAYA BORDIR

Agus Wahyudi Salasa Gama, Ni Wayan Eka Mitariyani, Gede Gama

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: salasa.gm@gmail.com

ABSTRAK

Kebaya merupakan salah satu pakaian nasional yang dipergunakan khusus untuk para wanita. Di Bali kebaya tidak hanya dikenal sebagai pakaian nasional tetapi juga pakaian adat yang dipergunakan disetiap upacara keagamaan. Berkembangnya jaman membuat model dan modifikasi kain kebaya semakin sering dilakukan, sehingga memunculkan beragam jenis kebaya. Salah satu jenis kain kebaya yang saat ini sedang naik daun di Bali adalah kain kebaya bordir. Kebaya bordir banyak dipilih karena motif yang ditawarkan sangat variatif dan banyaknya kombinasi warna pada motif, sehingga menghilangkan kesan monoton. Padmasari Kebaya merupakan usaha mikro yang mengkhususkan diri pada produksi kain kebaya terutama kebaya bordir. Semara Ratih Kebaya merupakan usaha mikro yang mengkhususkan diri pada penjualan kain kebaya. Dua usaha ini adalah mitra yang bekerjasama pada IbM Kain Kebaya Bordir. Beberapa masalah yang terjadi antara lain kurangnya perhatian mitra terhadap lingkungan kerja pada proses produksi. Selain itu permasalahan juga muncul di Area Pemasaran terkait dengan pemilihan lokasi, promosi, serta perhatian pada branding. Solusi yang ditawarkan adalah penataan ulang ruang produksi. Pencarian lokasi yang lebih strategis. Terkait dengan promosi, menciptakan sarana-sarana yang dapat dipergunakan sebagai alat komunikasi pemasaran. Serta pemberian pelatihan dan pendampingan terkait dengan manajemen dan keuangan usaha.

Kata kunci : kebaya, bordir, Bali

ABSTRACT

Kebaya is one of the national clothing used specifically for women. Kebaya in Bali not only known as the national dress but also in traditional clothing which is used in every religious ceremony. Nowadays, model and modified kebaya fabrics are increasingly being performed, thus giving rise to a variety of kebaya. One type of fabric kebaya which is currently rising in Bali is cloth embroidered kebaya. Kebaya embroidery motif was chosen because it offered a very varied and many color combination on motive, thus eliminating the impression of monotony. Padmasari Kebaya is a micro business that specializes in the production of fabric particularly kebaya embroidery. Semara Ratih Kebaya is a micro business that specializes in selling kebaya fabric. Both are a partner who collaborates on this IbM (iptek bagi masyarakat) program. Some of the problems that occur in marketing area such as location, promotion, and attention to the branding. Solution that offer to solve the problem are finding a strategic location to sale the product. Creating promotion media is another solution, Also training and assistance in financial management and business to both partner to increase their knowledge.

Keywords: Kebaya, embroidery, Bali

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Kebaya merupakan pakaian khas perempuan Indonesia bahkan di Era 1940an presiden soekarno memilih kebaya sebagai pakaian nasional (Tempo.com). Secara etimologi dilihat dari katanya kebaya berasal

dari kata abaya yang dalam bahasa arab berarti pakaian. Berdasarkan sumber dari Wikipedia ada pendapat yang menyatakan kebaya berasal dari China lalu menyebar ke Malaka, Jawa, Bali, Sumatera, dan Sulawesi. Setelah akulturasi yang berlangsung ratusan tahun, pakaian itu diterima di budaya dan

norma setempat. Namun ada juga pendapat bahwa kebaya memang asli dari Indonesia. Karena pakaian asli China adalah Cheongsam yang berbeda dari kebaya.

Bagi Masyarakat Hindu di Bali Kebaya merupakan pakaian wajib bagi wanita Hindu dalam melaksanakan upacara keagamaan, misal: melakukan persembahyangan ke tempat suci atau biasa disebut pura. Kebaya biasa digunakan sebagai baju atasan kemudian bawahan menggunakan kain yang dalam bahasa Bali disebut "Kamen". Ketika melakukan persembahyangan ke tempat-tempat suci warna kebaya yang sering digunakan berwarna putih, sebab putih perlambang kesucian. Namun, bukan berarti hanya warna putih yang diperkenankan dipergunakan karena tidak ada kewajiban dalam pemilihan warna pakaian dalam agama Hindu.

Dewasa ini dengan semakin berkembangnya jaman dan dunia mode, kebaya bali pun mulai berkembang. Motif dan warna pun tidak selalu monoton atau polos-polos saja tetapi mulai banyak yang melakukan modifikasi. Hal itu dilakukan semata-mata agar si pemakai nyaman menggunakan dan tak terlepas dari unsur manusianya yang ingin tampil menarik. Tidak hanya remaja saja tetapi juga orang-orang tua mulai mencari jenis-jenis kebaya yang dianggap menarik, tanpa mengesampingkan kesopanan di dalam berpakaian. Telah banyak model kebaya yang berkembang di Bali salah satunya adalah kebaya bordir. Beberapa tahun terakhir ini kebaya bordir memiliki banyak peminat hal tersebut dapat dilihat pada upacara-upacara keagamaan banyak wanita Bali menggunakan kebaya jenis tersebut. Hal itu lebih disebabkan karena kebaya bordir memiliki variasi motif yang lebih banyak serta kombinasi-kombinasi warna dalam motifnya juga lebih menarik.

Padmasari kebaya (Mitra 1) merupakan usaha kecil yang memproduksi kain kebaya

bordir tidak ingin kehilangan kesempatan untuk memperoleh keuntungan dengan meningkatnya permintaan kebaya bordir. Dengan bermodalkan tiga mesin bordir dan 4 orang tenaga kerja, mitra berusaha memenuhi permintaan yang ada. Usaha yang berlokasi di Jalan Mahendradata, banjar kertasari Buluh Indah Gang 5 No 18 Denpasar ini telah berdiri selama 2 tahun. Lokasi tempat produksi saat ini adalah berstatus sewa dengan tempat yang boleh dikatakan kurang strategis untuk usaha karena letaknya berada di dalam gang. Luas lahan sewaan tempat produksi ini hanya sekitar 100 meter persegi. Produksi rata-rata per bulan kain kebaya bordir adalah sebanyak 40 kain. Metode penjualan yang dilakukan oleh mitra adalah dengan menerapkan sistem jemput bola. Usaha jemput bola dilakoni oleh sang pemilik disebabkan usaha ini tidak memiliki tempat "jualan", hal tersebut lebih karena keterbatasan modal sebab sewa tempat yang tergolong mahal. Lokasi produksi saat ini adalah bukan milik pribadi namun sewa, sehingga jika mencari tempat lagi khusus untuk penjualan menambah beban sang pemilik. Kegigihan dari mitra untuk menemukan pembeli membuat usaha ini selalu mendapatkan pesanan, bahkan saat ini telah memiliki beberapa reseller. Model kebaya yang sering berganti membutuhkan kreatifitas dari sang pemilik untuk selalu berkreasi menciptakan desain-desain motif baru untuk setiap produksi kebayanya serta dengan cepat memutar produk dari satu reseller ke reseller lainnya, perlu diketahui model kebaya dapat berganti hampir tiap minggu sehingga membutuhkan kecepatan agar barang cepat terjual dan model menjadi tidak usang.

Kondisi eksisting dan persoalan-persoalan utama yang dihadapi oleh Mitra pertama:

- a. Tempat Produksi yang sempit memberikan keterbatasan akan ruang gerak para pekerja. Tempat produksi

- masih kurang tertata rapi serta ruangan yang sempit membuat ruangan terasa panas.
- b. Pekerja bordir hanya berjumlah 4 orang sehingga kemampuan produksi masih terbatas terutama dalam hal memenuhi pesanan yang berjumlah besar. Kemampuan produksi selama sebulan adalah rata-rata sebanyak 40 kain, sehingga jika ada pesanan melebihi kemampuan produksi tersebut mitra tidak dapat memenuhinya.
 - c. Produksi dilakukan menggunakan alat-alat sederhana (tidak berteknologi tinggi), mulai dari pembuatan desain sampai proses pembordiran.
 - d. Lokasi yang kurang strategis, terletak di dalam gang kecil menyebabkan usaha ini tidak memiliki tempat yang representatif untuk melakukan penjualan. Kalau tidak ditopang dengan keaktifan pemilik dalam memasarkan produk bisa jadi usaha ini tidak menghasilkan penjualan yang memuaskan. Dalam ilmu pemasaran lokasi memegang peranan penting, sebab lokasi yang mudah dijangkau dengan akses yang baik memudahkan perusahaan dalam menghasilkan penjualan.
 - e. Tempat usaha tidak terdapat plang nama usaha, sehingga menyulitkan mencari tempat usaha.
 - f. Selama ini usaha penjualan dan promosi lebih banyak dilakukan langsung oleh pemilik dari satu kantor ke kantor yang lain, dari toko satu ke toko yang lain, dan dengan menggunakan media BlackBerry Masenger (BBM).
 - g. Tidak adanya branding yang baik. Kain kebaya bordir yang dijual tidak tertera merek dagang dari mitra. Hal ini tentu kurang baik sebab konsumen akan sulit membedakan kain kebaya yang dihasilkan mitra dengan kain kebaya yang dihasilkan usaha lain.
 - h. Kurangnya pemahaman mitra mengenai manajemen keuangan. Penjualan yang dilakukan kepada reseller lebih banyak menggunakan sistem titip jadi jika barang laku barulah uang diterima. Dalam manajemen keuangan tingkat perputaran ini perlu untuk diperhatikan agar tidak mengganggu operasional perusahaan, dengan kata lain perusahaan harus mampu menyediakan modal kerja yang cukup.
 - i. Mitra tidak melakukan pencatatan yang baik terhadap transaksi yang terjadi sehingga kurang jelas keuntungan atau kerugian yang ditanggung mitra.
- Mitra kedua bernama Semara Ratih Kebaya, usaha ini merupakan salah satu reseller dari mitra pertama yang mengkhususkan diri pada penjualan kain kebaya. Mitra dua berlokasi di desa blahbatuh Gianyar yang berjarak kurang lebih 16 kilometer dari kota Denpasar. Usaha ini didirikan oleh Ibu Kadek Srinadi yang pada awalnya hanya sebagai ibu rumah tangga biasa, namun karena tekad yang kuat untuk menambah pemasukan keluarga maka beliau membuka usaha penjualan kain kebaya. Berbeda dengan dengan Mitra pertama, mitra kedua tidak memproduksi kain kebaya tetapi hanya menjual kain kebaya jadi.
- Persoalan-persoalan utama Mitra Kedua:
- a. Mitra tidak memiliki karyawan, usaha hanya dijalankan berdua dengan suami. Ketika mereka berdua berhalangan menyebabkan toko menjadi tutup dan dibuka kembali jika salah satu sudah tidak ada kegiatan lain. Hal ini memberikan kesan yang kurang baik bagi calon pembeli.

- b. Usaha pemasaran dilakukan kurang aktif, hanya menunggu calon pembeli yang datang dan melihat-melihat koleksi kain kebaya yang dimiliki.
- c. Mitra tidak melakukan peningkatan nilai tambah atas produk, karena hanya sekedar menjual kain jadi saja.
- d. Branding juga tidak dilakukan dengan baik. Bisa dilihat dari plang nama toko yang dibiarkan rusak, kemudian pembeli hanya diberi kantong plastik biasa untuk membungkus barang yang dibeli. Ini tentu mengurangi kesan eksklusifitas. Eksklusifitas erat kaitannya dengan citra, dua hal ini memiliki kecenderungan yang berbanding lurus. Kesan eksklusif yang dapat dimunculkan akan memberikan kesan/citra positif terhadap produk.
- e. Mitra kedua juga tidak melakukan pencatatan yang baik mengenai transaksi yang terjadi. Mitra juga tidak melakukan pemisahan antara uang pribadi/keluarga dan usaha. Hal ini bisa mengganggu stabilitas keuangan usaha mitra.

Sumber Inspirasi

Analisis situasi telah menunjukkan berbagai permasalahan yang dihadapi mitra, dimana mitra berharap permasalahan tersebut dapat diselesaikan agar kelangsungan usaha dapat terjamin dan terus berkembang. Beberapa permasalahan utama yang dihadapi mitra berdasarkan analisis situasi adalah sebagai berikut:

a. Pemasalahan Mitra 1

1) Ruang produksi

Produksi dilakukan di rumah sewaan dengan luas 1 are. Setiap ruangan berukuran 3x4 meter, proses bordir dilakukan di satu ruangan saja. Ruang produksi

yang sempit, jika dipenuhi oleh para pekerja menjadikan suhu ruangan panas, hal tersebut membuat pekerja kurang merasa nyaman. Lampu yang dipergunakan untuk penerangan juga sangat dekat dengan pekerja, terkadang pekerja merasa silau dan menambah panas suhu ruangan.

- 2) Ketidakpastian order barang dan keterbatasan jumlah tenaga kerja Selera yang berbeda mengenai warna membuat mitra tidak berani menyimpan persediaan kain terlalu banyak khusus untuk warna-warna tertentu (selain putih dan kuning), sehingga jika terjadi order yang banyak terkait warna-warna tertentu mitra menjadi kelabakan dalam memenuhinya. Tenaga kerja berjumlah 4 orang dimana 2 orang khusus bordir, 1 orang menggambar pola merangkap bordir, dan 1 orang bagian sortir. Dengan jumlah tenaga yang terbatas menyebabkan mitra kesulitan dalam memenuhi pesanan dalam jumlah besar, sehingga pesanan terkadang ditolak walaupun mampu dipenuhi menyebabkan ongkos produksi meningkat disebabkan pekerja harus lembur untuk menyelesaikannya.

- 3) Lokasi kurang strategis dan tidak ada papan nama usaha

Lokasi usaha terletak cukup terpencil di dalam gang dimana disekitar lokasi terdapat perumahan penduduk namun terasa sepi. Tempat yang ada sekarang kurang representatif untuk memasarkan produk yang diproduksi, sehingga mitra perlu mencari tempat yang strategis

dalam memasarkan produknya. Lokasi yang strategis memberikan kemudahan akses bagi para pembeli maupun calon pembeli. Disamping itu pula lokasi usaha tidak terpampang papan nama usaha sehingga menyulitkan dalam menemukan lokasi usaha mitra.

4) Kurangnya media promosi

Selama ini media promosi yang paling sering dipergunakan adalah menggunakan Blackberry Mesenger (BBM), media ini cakupannya tentu terbatas sebatas jumlah kontak yang dicatat dalam BBM. Promosi juga dilakukan dengan langsung membawa barang dari toko ke toko dan kantor ke kantor yang dijalankan oleh seorang diri yakni sang pemilik usaha.

5) Kesulitan dalam pengaturan modal kerja

Disamping menerima pesanan, secara rutin mitra membuat kain kebaya bordir yang dipasarkan dengan sistem titip di reseller. Sistem titip menyebabkan mitra tidak langsung menerima uang tunai disebabkan kain baru akan dibayar jika penjualan terjadi. Disisi lain upah tenaga kerja serta biaya-biaya lain harus segera dibayar, sehingga tabungan pemilik banyak terkuras untuk menambah terus modal kerja agar operasional usaha tetap dapat berjalan.

b. Permasalahan Mitra 2

1) Keterbatasan tenaga kerja

Usaha dijalankan hanya oleh dua orang (suami istri), sehingga ketika ada kegiatan adat yang mengharuskan keduanya hadir toko harus ditutup sementara, hal

ini cukup sering terjadi. Mitra dapat kehilangan kesempatan dalam memperoleh keuntungan serta memberikan kesan yang kurang baik bagi konsumen.

2) Usaha terbatas hanya pada penjualan kain kebaya

Mitra hanya membatasi usaha pada bidang penjualan kain kebaya saja, tanpa mengusahakan untuk menambah lini baru dari usaha yang dijalankan. Para pembeli kain kebaya tentu akan mengubah kain tersebut menjadi baju kebaya yang siap untuk dikenakan. Hal ini sebetulnya menjadi peluang bagi mitra untuk meningkatkan perolehan pendapatannya yakni dengan menyediakan jasa menjahit kebaya, yang juga diamini oleh mitra. Mitra sebetulnya memiliki pengalaman untuk menjahit pakaian, namun saat ini belum memiliki mesin jahit. Disamping itu teknik menjahit kebaya tidaklah sama dengan menjahit pakaian biasa.

3) Kurang menjaga *image* merek

Image sangatlah penting untuk dijaga karena akan berdampak pada persepsi konsumen atas produk yang dijual. Mitra tampaknya masih mengabaikan hal tersebut misal papan nama yang dibiarkan ala kadarnya, dimana pinggirannya sudah mulai robek. Kantong plastik pembungkus tidak berlogo sehingga tidak ada kesan eksklusif ketika berbelanja di toko mitra. Eksklusifitas yang ditonjolkan dapat memberikan kesan produk yang dijual adalah berkualitas baik. Dalam istilah pemasaran pembungkus atau pengemasan disebut *packaging*

yang juga dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli produk. Kantong pembungkus yang berlogo disamping memberikan suatu kesan bagi pembeli juga dapat dipergunakan sebagai sarana promosi.

- 4) Belum adanya pembukuan dan tidak adanya pemisahan uang keluarga dengan usaha
Setiap pemasukan ataupun pengeluaran tidak pernah dicatat oleh pemilik, sehingga tidak jelas keuntungan yang diperoleh mitra. Tidak adanya pemisahaan antara uang keluarga dengan usaha menyebabkan penyediaan modal kerja mitra sering terganggu.

METODE

Solusi yang ditawarkan untuk masing-masing mitra ada sedikit perbedaan disebabkan karena bidang usaha serta kondisi yang berbeda untuk masing-masing mitra terutama pada aspek produksi dan pemasaran. Adapun solusi yang ditawarkan untuk aspek produksi dan pemasaran adalah sebagai berikut:

a. Mitra 1

- 1) Ruang produksi akan ditata agar menciptakan suasana yang nyaman dalam bekerja. Alat dan perlengkapan produksi akan dikelompokkan dan ditempatkan pada kelompoknya masing-masing.
- 2) Pakaian yang sudah jadi harus tetap dilakukan kontrol kualitas yang harus ketat dilakukan oleh tukang sortir agar kualitas terjaga. Setelah kontrol kualitas dilakukan kain dikemas dan ditempatkan pada rak dengan rapi sesuai dengan kelompok warnanya.

- 3) Ruang yang panas akan diberi kipas angin agar suhu tidak terlalu panas dan membuat pekerja merasa nyaman dalam bekerja.
- 4) Mencarikan lokasi strategis dalam memasarkan produk agar mudah untuk ditemui oleh pembeli maupun calon pembeli. Penyiapan etalase dilokasi baru agar kain tertata dengan rapi dan tetap bersih. Etalase berjumlah 2 buah dengan ukuran 160x150 cm
- 5) Dibuatkan *Shopping bag* yang terbuat dari karton dan berisikan logo usaha agar memberi kesan eksklusif dan dapat juga dipergunakan sebagai sarana promosi.
- 6) Pembuatan WEB untuk mitra yang berisikan konten mengenai profil usaha, produk, serta alamat sebagai sarana untuk promosi dan dapat memperluas cakupan promosi, sebab internet dapat diakses kapanpun dan dimanapun.
- 7) Selama ini mitra tidak memiliki kartu nama, maka pembuatan kartu nama diperlukan sebagai sarana pengenalan dan promosi disamping menggunakan WEB.

b. Mitra 2

- 1) Barang modal berupa mesin jahit akan diberikan pada mitra agar terdapat perluasan dalam lini usaha yang ada, sehingga tidak hanya menjual kain kebaya saja tetapi juga menjahit baju kebaya. Dengan adanya tambahan jasa jahit diharapkan pendapatan dapat meningkat daripada sebelumnya.
- 2) Meski memiliki pengalaman menjahit pakaian mitra harus mengikuti kursus menjahit kebaya, sebab menjahit kebaya memiliki

teknik yang sedikit berbeda dari menjahit pakaian biasa.

- 3) Pembuatan *Shopping bag* dari karton dan berlogo agar memberi kesan eksklusif dan bermanfaat pula sebagai sarana promosi.
- 4) Pembuatan kartu nama sebagai sarana pengenalan dan promosi. WEB untuk mitra 2 tidak diberikan sebab mitra sangat buta dengan teknologi khususnya komputer, sehingga akan menyulitkan ketika memerlukan *update* untuk barang dagangan yang dipromosikan melalui WEB.

Adapun Solusi untuk aspek manajemen dan keuangan yang sama ditawarkan untuk kedua mitra adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan terkait dengan pembukuan sederhana untuk transaksi sehari-hari. Memberikan pemahaman manajemen bisnis yang baik agar mampu membuat perencanaan melaksanakan pembagian tugas dengan baik. Memberikan pemahaman mengenai manajemen keuangan terkait dengan modal kerja dan pemisahan keuangan keluarga dan bisnis.

KARYA UTAMA

Pelatihan

Pelatihan terkait dengan Manajemen, Pemasaran, dan Pengelolaan keuangan telah dilaksanakan dengan pelatihan tersebut diharapkan kemampuan Mitra terhadap pengelolaan usaha dapat semakin meningkat. Pengetahuan yang telah diberikan memberikan tambahan kepercayaan diri bagi mitra untuk menjalankan usaha yang digelutinya.

Pelatihan terkait manajemen adalah dengan pengetahuan mengenai proses manajemen yaitu mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta

pengendalian. Pemahaman yang baik dapat membuat segala pekerjaan semakin terencana.

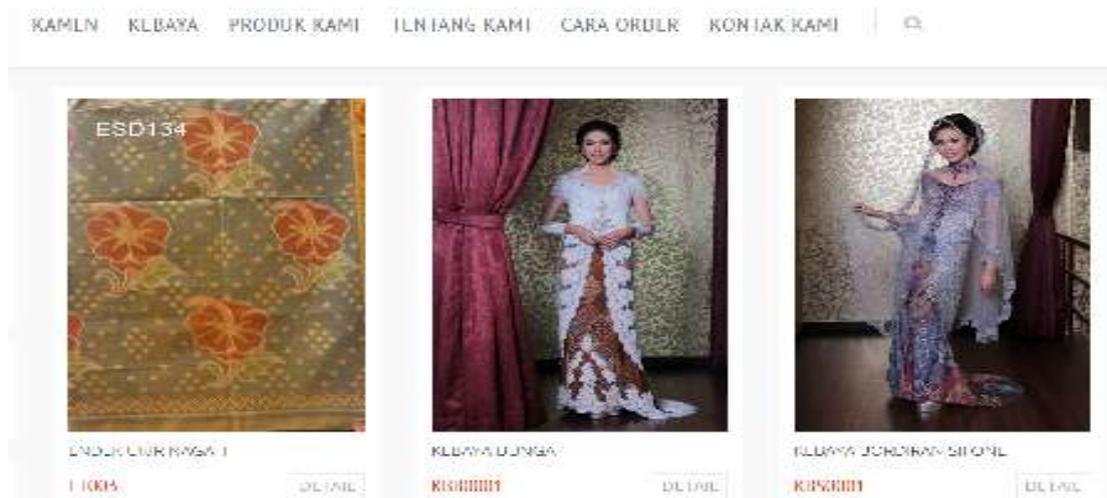
Pelatihan pemasaran lebih ditekankan pada 4P (product, price, place, promotion). 4P lebih dikenal dengan bauran pemasaran, yang boleh dikatakan merupakan suatu instrument yang dapat digunakan oleh pengusaha dalam hal meningkatkan permintaan atas produk yang dimiliki. Pelatihan keuangan ditujukan agar mitra mampu mengatur modal kerja yang dimiliki serta memiliki catatan sederhana terkait transaksi yang telah mereka lakukan sehingga dapat menghitung pemasukan maupun pengeluaran dengan lebih baik.



Gambar 3 (a) Pemberian Materi Pelatihan
Gambar 3(b) hasil pembukuan sederhana

Pembuatan WEB

Web telah selesai dikerjakan dengan domain www.padmasarikebaya.com dengan tampilan WEB seperti pada tampilan Gambar 5.2. WEB tersebut dikerjakan oleh xtromedia yang merupakan penyedia jasa pembuatan WEB maupun program computer. Perusahaan ini juga memberikan garansi selama dua tahun untuk melakukan maintenance WEB. Adanya WEB ini diharapkan dapat memberikan jaringan yang lebih luas serta membantu pemasaran dari segi online. Sebab perkembangan teknologi informasi dewasa ini akan sangat membantu penyebaran informasi.



Gambar 4. WEB Padmasari Kebaya

Di samping WEB pihak xtromedia juga memberikan layanan gratis untuk membantu melakukan pemasaran on line, dengan jalan membuat fans page yang berbasis pada media sosial yakni facebook. Telah banyak riset membuktikan bahwa media sosial merupakan salah satu sarana promosi online yang termudah dan termurah dengan akses yang cepat diterima oleh banyak khalayak. Bentuk fans page yang dimaksudkan dapat dilihat pada gambar 5.3 berikut.



Lokasi dan peralatan

Pemilihan lokasi pemasaran berada di daerah Gianyar. Pada awal perencanaan terdapat dua opsi pilihan lokasi yakni Denpasar dan Gianyar. Gianyar menjadi pilihan karena pelanggan di wilayah Gianyar dikenal cukup royal, dalam arti gemar mengganti mode kebaya. Disamping itu, banyaknya reseller di wilayah Gianyar, Klungkung, dan Bangli menjadikan pemilihan lokasi di Gianyar dapat memperpendek akses menuju para reseller.

Padmasari Kebaya sebagai mitra pertama awalnya tidak memiliki toko untuk tempat berjualan atau dengan kata lain tidak memiliki *representatif office* untuk produk-produk yang dimilikinya lebih banyak melalui mulut ke mulut. Dengan adanya toko diharapkan dapat membantu untuk mendekatkan usaha pada pasar, serta meningkatkan keuntungan yang mampu diperoleh.



Gambar 6(a). Toko Sebelum Beroperasi
 Gambar 6 (b). Tampilan luar Toko Setelah Beroperasi
 Gambar 6(c). Tampilan dalam Toko Setelah Beroperasi

Toko yang dibuka di Gianyar tepatnya jalan Raden Wijaya telah dilengkapi dengan etalase dan patung-patung pajangan. Mitra juga telah mempekerjakan satu orang karyawan untuk menjaga toko tersebut.

Mitra 2 diberikan bantuan berupa mesin jahit. Pemberian mesin jahit akan dapat menunjang penghasilan mitra kedua sebab mereka akan memiliki diversifikasi usaha, dimana tidak hanya sekedar menjual kain kebaya saja tetapi juga baju kebaya jadi. Mitra kedua juga telah menuntaskan kursus menjahit kebaya dengan demikian kemampuan yang dibutuhkan sudah dimiliki selanjutnya tinggal menjalankan saja.



Gambar 7. Penyerahan Mesin Jahit

Shopping bag juga diberikan untuk kedua mitra untuk menunjang pemasaran produk. *Shopping bag* dapat memberikan kesan yang lebih eksklusif untuk mitra, disamping itu juga dapat menjadi saran promosi, sebab tas tersebut berisi nama merek dagang masing-masing mitra.



Gambar 8. Shopping Bag

PENUTUP

Pelaksanaan IbM ini memberikan dampak positif bagi perkembangan usaha mitra kedepan, sebab tonggak-tonggak awal sudah dipancangkan sehingga Mitra memiliki bekal untuk maju dikemudian hari. Segala ilmu terkait dengan pengelolaan usaha yang sehat telah ditransfer kepada mitra sehingga mereka memiliki pengetahuan lebih baik dalam menjalankan usaha.

Mitra pertama telah memiliki tempat mendisplay produk yang terletak di jalan Raden Wijaya Gianyar. Pemasaran on line sebelumnya hanya melalui BBM telah diperkuat dengan pembuatan WEB dan Fanspage.

Mitra kedua telah memiliki kemampuan menjahit melalui kursus menjahit. Mesin jahit telah diserahkan agar dapat mengaplikasikan kemampuan yang dimiliki ke dalam bisnis. Diversifikasi telah

dilakukan dari hanya menjual kain kebaya menjadi mampu membuat kebaya jadi siap pakai.

Sarana dan prasarana usaha serta pengembangan kemampuan melalui pelatihan telah diberikan. Tekad kuat yang dimiliki mitra, maka dapat diyakini mitra dapat melanjutkan program ini dengan mandiri tanpa harus dilakukan pendampingan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 2, Jilid 1. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 2, Jilid 2. Jakarta: Indeks
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kita dan Proses Menuju Sukses*. Bandung: Selemba Empat.
- Husien Umar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis, Teknik Menganalisis Kelayakan rencana Bisnis Secara Komprehensif*, Edisi 2. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.