

## Digitalisasi Fesyen Lokal Menggunakan *Digital Entrepreneur Indicator (DEI)* Pada Butik UMKM Di Kuningan Jawa Barat

*Digitalization of Local Fashion Using the Digital Entrepreneur Indicator (DEI) in MSME Boutiques in Kuningan, West Java*

Cassandra Gunawan<sup>1</sup>, Jennifer<sup>2</sup>, Sapna Siahaan<sup>3</sup>, Teddy Trilaksono<sup>4\*</sup>, Ambara Purusottama<sup>5</sup>

<sup>1,2,4,5</sup> Program Studi Manajemen Bisnis, Sekolah Bisnis dan Ekonomi, Universitas Prasetiya Mulya

<sup>3</sup> Program Studi Matematika Bisnis, Sekolah STEM Universitas Prasetiya Mulya

\* teddy.trilaksono@pmb.ac.id

### ABSTRAK

*Community Development (Comdev) Universitas Prasetiya Mulya ini bertujuan untuk memfasilitasi bisnis mode Dzanira Collection yang berlokasi di Desa Cilimus, Kuningan, Jawa Barat. Tantangan utama yang dihadapi oleh mitra UMKM adalah kurangnya butik khusus untuk memajang produk pakaiannya dan tidak adanya lokasi yang cocok untuk pemotretan katalog yang dapat dibagikan di platform media sosial. Menanggapi tantangan ini, solusi tim kelompok comdev melibatkan pembuatan stan berukuran 1,5mx 1,5m di dalam rumah mitra UMKM, yang berfungsi sebagai area pemotretan produk dan ruang ritel fisik untuk penjualan luring kepada pengunjung. Dengan membangun suasana seperti butik yang elegan, kelompok mengantisipasi menarik lebih banyak pengunjung ke rumah mitra UMKM dan menyediakan lingkungan profesional untuk memamerkan produknya. Hasil dari kegiatan ini adalah peningkatan keterampilan pemasaran mitra UMKM dan pertumbuhan penjualan sebesar 60%. Melalui inisiatif ini, tim kelompok comdev bertujuan untuk memberdayakan pengusaha UMKM seperti mitra UMKM untuk meningkatkan operasi bisnis mereka dan beradaptasi dengan perubahan dinamika pasar.*

**Kata kunci** — Pemberdayaan Usaha, Fesyen Lokal, Butik, Indikator Wirausahawan Digital, UMKM

### ABSTRACT

*This Community Development (Comdev) Universitas Prasetiya Mulya aims to facilitate the Dzanira Collection fashion business located in Cilimus Village, Kuningan, West Java. The main challenges the MSME partners face are the lack of a dedicated boutique to display their clothing products and the absence of a suitable location for catalog photo shoots that can be shared on social media platforms. In response to these challenges, the comdev group solution involved creating a 1.5m x 1.5m booth inside the MSME partner's home, which serves as both a product photo shoot area and a physical retail space for offline sales to visitors. By creating an elegant boutique-like atmosphere, the comdev group not only anticipates attracting more visitors to the MSME partner's home but also providing a professional environment to showcase their products, enhancing the project's credibility. The results of this activity are an increase in the marketing skills of the group partners and a 60% growth in sales. Through this initiative, the group aims to empower MSME entrepreneurs like the MSME partners to improve their business operations and adapt to changing market dynamics*

**Keywords** — Business Empowerment, Local Fashion, Boutique, Digital Entrepreneur Indicator, MSME



## 1. Pendahuluan

Industri tekstil adalah industri yang berhubungan dengan serat, benang, dan kain yang melewati beberapa proses seperti penenunan, perajutan, dan bukan penenunan. Di Indonesia, selama 5 tahun terakhir industri tekstil sendiri termasuk industri yang tidak esensial, ditandakan dengan persentase kontribusi industri tekstil terhadap PDB Indonesia yang selalu berada di bawah 5%. Namun jika dilihat dari ekspor impornya, Indonesia jauh lebih banyak mengekspor tekstil daripada mengimpor tekstil di mana pada bulan Februari 2024 Indonesia mengekspor tekstil dengan total nilai lebih besar dari \$978 miliar dan hanya mengimpor kurang dari \$672 miliar [1]. Namun, ternyata nilai impor tekstil rendah bukan dikarenakan rendahnya impor tekstil, tetapi dikarenakan oleh terjadinya *predatory pricing* terhadap industri tekstil dalam negeri di mana para eksportir tekstil luar negeri menjual harga tekstilnya di bawah harga produksi [2]. Hal ini mengakibatkan para UMKM tekstil di Indonesia lebih sulit untuk bersaing dengan tekstil impor dengan harga yang sangat murah tersebut.

Kegiatan pengabdian masyarakat (*community development*) Universitas Prasetiya Mulya merupakan kegiatan rutin yang diadakan setiap tahun. *Community Development* (Comdev) adalah kegiatan pengembangan masyarakat yang dilaksanakan oleh Sekolah Bisnis dan Ekonomi Universitas Prasetiya Mulya yang bertujuan untuk mencapai kondisi sosial, ekonomi, dan budaya yang lebih baik dibandingkan situasi sebelum dilaksanakannya kegiatan pembangunan *Community Development*. Adapun tujuan diadakannya kegiatan ini, yaitu untuk membantu UMKM yang telah bekerja sama dan setuju untuk didatangi oleh mahasiswa dalam pengembangan bisnis tersebut.

Pada program *community development* kali ini mitra yang didampingi mahasiswa dan

dosen pembimbing lapangan adalah mitra yang berjualan pakaian batik pada tokonya, Dzanira Collection, di Desa Cilimus, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Mahasiswa akan melakukan pendampingan mitra UMKM mitra dalam peningkatan kapabilitas bisnisnya di Desa Cilimus selama 20 hari. Dalam kegiatan ini dosen pembimbing juga terlibat dalam mengadakan kegiatan *monitoring* dan evaluasi terhadap pendampingan lapangan yang dilakukan oleh mahasiswa yang melakukan kegiatan pendampingan bisnis tersebut. Setelah itu, selama 4 bulan ke depan akan tetap diadakannya pendampingan via daring kepada mitra yang didampingi mahasiswa bersama dosen pembimbing. Kegiatan pendampingan dimulai dengan identifikasi bisnis mitra terlebih dahulu melalui proses wawancara, kemudian observasi operasional proses bisnis, hingga evaluasi perbaikan kapabilitas bisnis yang diberikan kepada mitra UMKM tersebut.

Pada tahap awal identifikasi, mahasiswa mewawancarai mitra secara daring dan memetakan permasalahan utama dari bisnis pakaian batiknya. Mahasiswa menganalisis Dzanira Collection dengan menggunakan analisis SWOT [3][4] dan juga analisis *fishbone diagram* [5][6]. Dengan kedua metode ini, mahasiswa memetakan permasalahan-permasalahan utama yang terdapat pada beberapa bidang, yaitu pada segi produksi, penjualan, pemasaran, dan segi finansial. Pada *SWOT analysis diagram*, mahasiswa mengidentifikasi apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari usaha butik Dzanira Collection. Selain itu, tim kelompok comdev juga mengidentifikasi apa saja yang menjadi kesempatan dan ancaman dari pihak eksternal kepada Dzanira Collection. Melalui keempat hal yang telah dianalisis ini, tim kelompok comdev menentukan langkah fokus apa yang harus diambil oleh Dzanira Collection untuk meningkatkan bisnisnya.

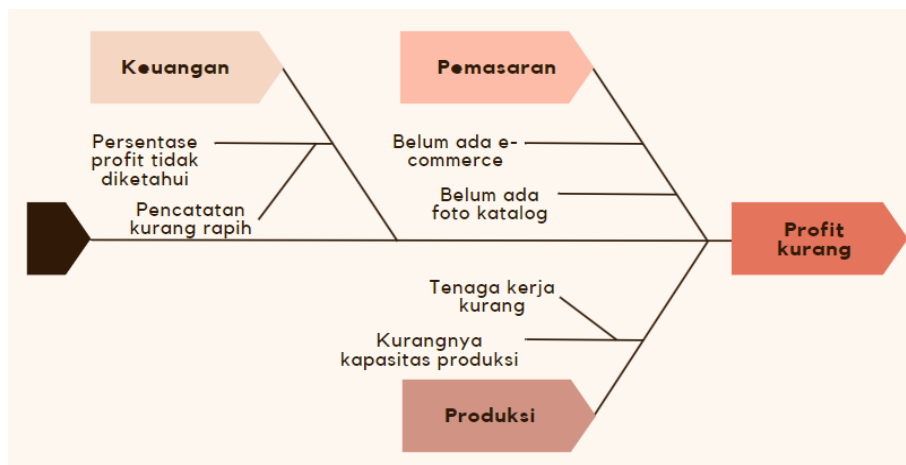


Strengths	Weakneses
<ul style="list-style-type: none"> <li>Menawarkan produk batik denga motif yang kekinian dank has Jawa Barat</li> <li>Produk yang ditawarkan mitra UMKM terkesan premium</li> <li>Menawarkan produk outer batik yang unik dan menarik</li> <li>Memiliki pelanggan setia melalui WOM</li> <li>Bisa melakukan pemesanan custom sesuai dengan keinginan pembeli</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lokasi toko butik berada ditempat yang kurang strategis</li> <li>Toko butik yang masih kurang professional dan kurang menarik</li> <li>Terbatasnya tenaga kerja untuk menjahit</li> <li>Penampilan e-Commerce yang kurang menarik</li> <li>Mitra masih belum memiliki produk siap jual yang dapat dipasarkan</li> <li>Mitra kurang mengerti teknologi sehingga e-commerce dan sosial media kurang berjalan dengan baik</li> </ul>
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> <li>Produk batik yang dijual dapat menjadi produk premium dikarenakan kualitas material yang digunakan bagus</li> <li>Bisa bersaing pada pasar Indonesia dikarenakan memiliki produk yang menarik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Banyaknya butik-butik lain yang lebih lama berbisnis dan memiliki butik yang lebih professional</li> <li>Pesaing bisnis UMKM mitra sudah memiliki banyak penjahit</li> <li>Pesaing sudah memiliki produk yang siap jual</li> </ul>

Gambar 1. SWOT Analysis

Sementara, dari diagram *fishbone*, tim kelompok comdev menganalisis apa yang menjadi akar masalah dari Dzanira Collection. Dimulai dari segi produksi, Dzanira Collection menawarkan pakaian batik yang memiliki desain lebih modern kepada konsumen. Namun, mitra mengalami kekurangan tenaga produksi untuk dapat memproduksi pakaian batik dalam

jumlah yang besar. Pada tahap ini, sebenarnya mitra masih dapat menangani semua permintaan dari pelanggan sendirian karena masih dalam jumlah yang kecil. Namun, apabila terjadi lonjakan permintaan, mitra hanya dapat mengoper pesanannya kepada kompetitor



Gambar 2. Fishbone Diagram

Dari segi pemasaran, Dzanira Collection memiliki permasalahan utama, yaitu tidak tersedianya tempat untuk foto katalog produk dan penjualan yang masih bersifat konvensional dengan pasar yang terbilang cukup kecil [7]. Oleh karena penjualan yang bersifat konvensional, penjualan dari Dzanira Collection menjadi sangat rendah dibandingkan dengan

butik kompetitornya. Namun, dikarenakan oleh kurangnya tempat pemotretan pakaian untuk katalog, Dzanira Collection juga belum siap untuk masuk ke pasar daring dengan strategi pemasarannya [8]. Oleh karena itu permasalahan utama yang harus diselesaikan oleh mahasiswa adalah spot foto dan dimulainya penjualan secara daring. Selain itu,

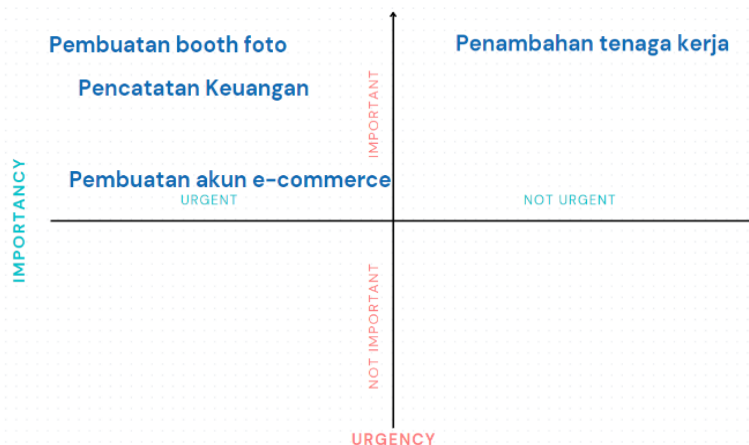
literasi digital dari mitra, selaku pemilik Dzanira Collection, masih tergolong rendah di mana mitra masih belum pernah menjajakan diri ke dalam *e-commerce* sehingga masih belum mengerti bagaimana cara mengoperasikan toko daring.

Selain itu, dari segi finansialnya pencatatan keuangan Dzanira Collection masih belum dilakukan secara rapi [9]. Selama ini, mitra masih mencatat keuangannya di buku yang kecil secara manual dan tidak menuliskan pengeluaran dan hanya menuliskan pemasukannya saja sehingga perhitungan keuntungan belum dapat dilakukan secara akurat. Selain itu oleh karena pencatatan keuangan yang tidak rapi ini, mitra tidak dapat memperhitungkan biaya pembuatan dengan harga batiknya secara tepat. Hal ini mengakibatkan keuntungan yang didapatkan

oleh mitra tidak konsisten dan seringkali dalam jumlah yang sangat sedikit.

## 2. Target dan Luaran (Optional)

Beberapa tahapan yang dilakukan untuk membantu penyelesaian masalah antara lain: pertama, mahasiswa melakukan analisis *urgent-important matrix* [10]. Dinilai dari seberapa mendesak dan pentingnya masing-masing permasalahan utama dari Dzanira Collection, mahasiswa menetapkan untuk fokus menangani masalah pemasaran dan finansial terlebih dahulu. Hal ini dikarenakan jika permintaan belum bertambah, penambahan karyawan belum diperlukan. Selain itu, jika mitra masih belum mendapatkan keuntungan yang layak, mitra juga belum bisa mempekerjakan karyawan tambahan pula.



Gambar 3. *Urgent-important Matrix*

Mengenai permasalahan kurangnya tempat pemotretan foto untuk katalog, mahasiswa merancang *gantt chart* yang dimulai dengan observasi lapangan, perencanaan pembuatan tempat pemotretan, eksekusi rencana, dan uji coba pemotretan. Tim kelompok comdev menargetkan untuk dapat membuat tempat pemotretan yang estetik dan cocok dengan banyak motif batik dalam jangka waktu yang disesuaikan dengan *gantt chart* yang telah dibuat.

Setelah mengatasi permasalahan kekurangan spot pemotretan foto katalog, tim kelompok comdev membuat rencana untuk membuat akun toko Dzanira Collection dan mengajarkan mitra mengenai penggunaan *E-commerce* untuk meningkatkan penjualan mitra

[11][12]. Tim kelompok comdev menargetkan untuk setelah berjalannya 20 hari mahasiswa berada di lapangan, mitra UMKM sudah dapat mulai secara mandiri melakukan penjualan dari *E-commerce* pula walau akan tetap dipantau perkembangannya selama 4 bulan selanjutnya.

Untuk mengatasi permasalahan margin keuntungan Dzanira Collection yang tipis, tim kelompok comdev merencanakan untuk memberikan edukasi kepada mitra UMKM mengenai pencatatan keuangan yang baik. Untuk mengatasi pergumulan mitra yang sering kewalahan untuk melakukan pencatatan secara manual, tim kelompok comdev merencanakan untuk mencari aplikasi yang cukup sederhana untuk dapat dimengerti oleh mitra, namun juga cukup lengkap dengan fitur-fiturnya untuk dapat

melakukan pencatatan keuangan sederhana. Tim kelompok comdev menargetkan juga untuk dapat menuntun mitra melakukan pencatatan selama 20 hari dan pada tahap *monitoring* sudah dapat berjalan sendiri dan hanya dipantau saja.

Dari kedua hal di atas yang mulai terdigitalisasi, yaitu dari segi penjualan melalui *e-commerce* dan dari segi pencatatan keuangan, tim kelompok comdev mulai membantu Dzanira Collection dalam membuat *Digital Entrepreneur Ecosystem*-nya (DEE) [13]. Tim kelompok comdev juga berharap dengan dimulainya fondasi dalam DEE ini, Dzanira Collection dapat terus mengembangkan proses bisnisnya secara lebih teratur.

### 3. Metodologi

Kegiatan pendampingan yang dilakukan ini bertujuan untuk memberdayakan usaha UMKM milik mitra yang berada di desa Cilimus, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Pendampingan ini dilakukan secara langsung kepada mitra UMKM oleh mahasiswa dan dosen pembimbing lapangan selama 20 hari di bulan Februari hingga Maret 2024 di desa Cilimus tersebut. Adapun detail lokasi desa tersebut dapat dilihat pada gambar 1, dengan detail setiap RT yang ada di desa tersebut. Usaha Dzanira Collection merupakan sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di desa Cilimus, Kabupaten Kuningan. Usaha Dzanira Collection sudah berdiri sejak 2019 dan sampai saat ini masih dijalankan oleh mitra. Asal usul mitra memilih untuk menjalankan usaha ini dikarenakan mitra memiliki latar belakang sekolah yang sejalan dengan dunia *fashion*, Namun, mitra pada awalnya belum memiliki visi dalam menjalankan usaha Dzanira Collection karena mitra fokus pada kepentingan beliau yang sempat terjun dalam dunia politik.



Gambar 4. Kondisi Dzanira Collection Sebelum Program Dimulai

Metode pendekatan yang dilakukan dalam pendampingan ini adalah pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini nantinya akan menghasilkan data deskriptif yang dapat menjelaskan segala masalah yang terjadi pada pendampingan [14]. Dalam pendampingan ini pendekatan yang digunakan dengan deskriptif bertujuan untuk memaparkan kondisi UMKM Dzanira Collection. Sehingga melalui pendampingan ini dapat mengetahui informasi mengenai faktor internal dan eksternal dalam UMKM Dzanira Collection.

Metode analisis yang digunakan oleh tim kelompok comdev adalah *fishbone diagram* dengan mencari akar dari segala hal yang dapat ditingkatkan dari Dzanira Collection dan memilih yang paling utama di antara semua masalah itu. Setelahnya, tim kelompok comdev menggunakan diagram *urgent-important matrix* untuk menentukan masalah yang harus difokuskan untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas kegiatan pendampingan ini.

Metode evaluasi yang digunakan adalah dengan mengkomparasi perubahan bisnis mitra UMKM Dzanira Collection dengan keadaan bisnis sebelum dan sesudah kegiatan pemberdayaan *community development* tersebut. Oleh karena itu, pendampingan ini melakukan wawancara awal (*initial feasibility assesment*), observasi proses bisnis (*participant observation*), dan evaluasi sesudah kegiatan (*post-feasibility assesment*) [15]. Selain itu, tim kelompok comdev juga menilai usaha mitra dengan menggunakan *Digital Entrepreneur Indicator* (DEI) [16] untuk menilai tingkat pembuatan ekosistem digitalnya. Berikut pada tabel 1 dibawah ini merupakan capaian indikator keberhasilan yang telah dibuat.

Tabel 1. Indikator Keberhasilan Community Development di Desa Cilimus, Jawa Barat

Sub Indikator	Target	Langkah yang Diambil
<i>Perception of Opportunities</i>	Memperluas market yang dapat dicakup oleh Dzanira Collection dengan menaikkan jumlah kuantitas penjualan sebesar 50%	Membuatkan booth untuk dapat membuat katalog bagi calon konsumen
<i>Startup Provision</i>	Meningkatkan kemampuan mitra untuk melakukan <i>online marketing</i>	Mengajari bagaimana menggunakan social media, berupa instagram, facebook, dan whatsapp sebagai sarana melakukan online marketing
<i>Innovation of Processes</i>	Meningkatkan penjualan menjadi Rp 2.000.000 per bulannya	meningkatkan efisiensi produksi dari Dzanira Collection agar meminimalisir pesanan yang ditolak
<i>Business Service</i>	Mengadopsi pencatatan keuangan yang lebih rapi dan terdigitalisasi	Mengajari penggunaan aplikasi Buku Warung untuk dapat melakukan pencatatan keuangan yang lebih rapi
<i>Technological Adoption</i>	Memulai penjualan secara online melalui <i>E-commerce</i>	Membuatkan akun shopee untuk Dzanira Collection

Sumber: Evaluasi dan Monitoring Community Development, 2024

#### 4. Pembahasan

Selama menjalani kegiatan *Community Development* di Desa Cilimus, tim Mahasiswa telah berhasil merealisasikan berbagai kegiatan yang telah dilakukan untuk membantu mitra UMKM yaitu mitra, yang merupakan pemilik bisnis Dzanira Collection. Dalam rangka melaksanakan program *Community Development*, tim Mahasiswa berhasil memberikan bantuan dalam tiga aspek penting, yaitu aspek operasional, pemasaran, dan keuangan.

Semua target berhasil dicapai, kecuali aspek *technological adoption* di mana penjualan melalui *e-commerce* belum membuahkan hasil. Dilihat dari segi penjualan, secara kuantitas meningkat sebesar 82.67% dari rata rata penjualan per bulannya berada di angka 6 buah menjadi 11 buah pada periode *live-in*. Secara pendapatannya, Dzanira Collection berhasil meningkatkan penjualan sebesar 60% dari rata rata sebelum periode *live-in* berada di angka Rp 1.500.000 menjadi Rp 2.400.000 pada periode *live-in*. Sementara, jika dilihat dari segi marketing, mitra sudah menerapkan marketing terdigitalisasi melalui platform Facebook [17]. Namun, langkah selanjutnya yang tim kelompok comdev akan ambil adalah mendorong mitra untuk memposting video maupun gambar gambar promosi Dzanira Collection pada platform lainnya sehingga

dapat meningkatkan *engagement* dari calon konsumen juga.

Kegiatan pendampingan masyarakat dimulai pada tanggal 19 Februari 2024. Kegiatan ini dimulai dari upacara penerimaan yang dilaksanakan di kantor kecamatan Cilimus. Tim kelompok comdev bertemu dan dijemput oleh mitra UMKM dan saat itu juga diadakan pembicaraan untuk perkenalan satu sama lain.

Pada hari kedua, yaitu tanggal 20 Februari 2024 tim kelompok comdev mulai mengamati kondisi usaha mitra UMKM. Pada kegiatan ini tim kelompok comdev didampingi langsung oleh mitra dan anak, mitra UMKM juga menjelaskan mengenai permasalahan yang sedang dialami dalam bisnis Dzanira Collection. Pada saat itu, sesudah tim kelompok comdev mempelajari dan mengetahui permasalahan yang dialami oleh mitra, tim kelompok comdev juga mengadakan diskusi singkat mengenai perubahan program kerja yang sudah direncanakan sebelum kedatangan.



Gambar 5. Video Dzanira Collection di Facebook Setelah Program Live-in

Selain itu pada tanggal 20 Februari ini, tim kelompok comdev juga melakukan kunjungan ke balai desa Cilimus untuk memperkenalkan diri kepada aparat desa serta memberikan *fotocopy* KTP sebagai bentuk dalam permintaan izin untuk menginap di desa Cilimus selama 20 hari. Pada pertemuan dengan aparat desa Cilimus tim kelompok comdev juga melakukan diskusi singkat mengenai harapan dari aparat desa Cilimus melalui program *community Development* ini.



Gambar 6. Observasi dan Diskusi Awal Dengan Mitra UMKM

Pada hari ketiga, 21 Februari 2024 tim kelompok comdev melakukan kegiatan kunjungan ke SDN 1 Cilimus untuk memperkenalkan diri dan melakukan pengajuan program yang akan dilakukan di SDN 1 Cilimus. Setelah kunjungan ke SDN 1 Cilimus tim kelompok comdev melanjutkan perbincangan dengan mitra untuk memulai pengukuran dan pemilihan konsep yang sesuai dengan yang diperlukan oleh Mitra.



Gambar 7. Pengukuran Rumah Mitra UMKM untuk Mengetahui Keperluan Butik

Pada 22 Februari 2024 tim kelompok comdev berdiskusi mengenai konsep butik yang akan dibuat. Aktivitas program ini dilakukan untuk membantu meningkatkan kapasitas penjualan pakaian secara *offline*, dengan adanya butik yang bagus akan menarik perhatian setiap tamu yang datang ke rumah mitra. Hal ini didukung oleh mitra UMKM yang sering

mengadakan pertemuan-pertemuan dengan teman beliau dirumah yang nantinya akan dibuatkan butik. Adapun barang penunjang yang nantinya akan dibeli untuk persiapan pembuatan butik adalah *wallpaper* dinding berukuran 1,5m, stiker lantai berukuran 1,5m X 1,5m serta *ring light* yang nantinya dapat digunakan untuk penjualan secara *live* melalui

media sosial. Kemudian, sehari sesudah itu tim kelompok comdev menjelaskan kepada mitra mengenai konsep butik yang sudah disiapkan. Tim kelompok comdev juga mendapatkan pengajaran mengenai proses penjahitan pakaian yang dilakukan oleh mitra UMKM.



Gambar 8. Diskusi Konsep Butik dan Belajar Proses Penjahitan

Kemudian, pada 26 Februari tim kelompok comdev melakukan diskusi bersama dengan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) mengenai program yang akan direalisasikan. Setelah menyelesaikan diskusi dengan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), selanjutnya tim kelompok comdev dan DPL melanjutkan diskusi lebih lanjut mengenai pembuatan butik serta perhitungan COGS dari bisnis Dzanira Collection. Tujuan dari diadakannya diskusi ini agar program yang akan direalisasikan sudah melalui persetujuan dari DPL.



Gambar 9. Diskusi Bersama DPL, Fasilitator, Mitra UMKM dan Tim Kelompok Comdev

Kemudian, pada 5 Maret 2024 tim kelompok comdev melaksanakan program pembuatan butik di rumah mitra sesuai dengan yang sudah dikonsepskan. Dalam pelaksanaan program kerja primer ini, tim kelompok comdev berbagi tugas dalam waktu yang bersamaan. Satu orang fokus mendampingi mitra UMKM dalam penghitungan COGS serta pencatatan laporan keuangan, 6 orang lainnya fokus dalam pembuatan butik.



Gambar 10. Kondisi Rumah Mitra UMKM Sebelum Diperbaiki



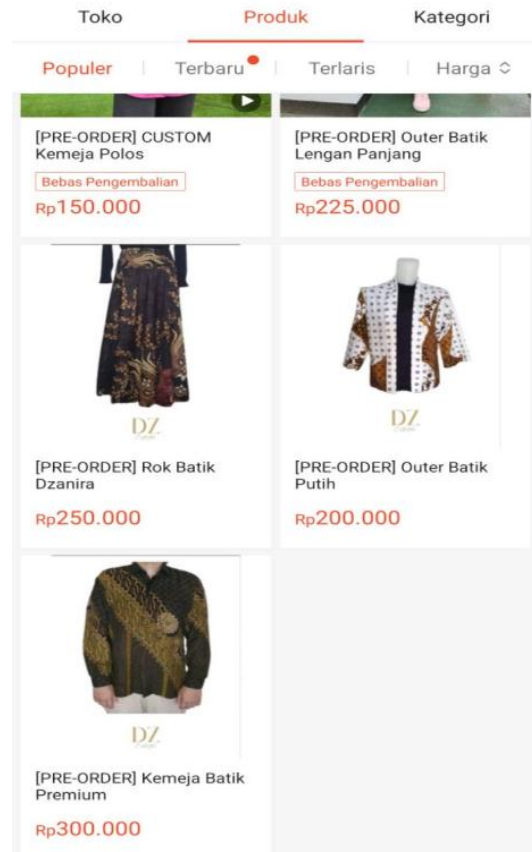


Gambar 11. Proses Pembuatan Butik dan Hasil Akhirnya

Pada 6 Maret 2024 merupakan hari diadakannya acara Saung Rahayat. Tim kelompok comdev membantu mitra untuk memasarkan pakaian batik Dzanira Collection dan di akhir acara berhasil mencapai target penjualan sebesar Rp1.500.000,00, bahkan melebihi dengan penjualan akhir sebesar Rp 2.400.000,00.

Pada 7 Maret 2024 tim kelompok comdev melakukan pendampingan dalam melakukan pengambilan foto katalog yang akan digunakan sebagai iklan di media sosial dan juga Shopee. Setelah pengambilan foto katalog tim Mahasiswa melakukan sosialisasi shopee kepada mitra UMKM yang akan mengoperasikan shopee Dzanira Collection mengenai cara penggunaan dan pengoperasian *e-commerce*. Pada tanggal 9 Maret 2024 dilakukan acara pelepasan tim kelompok comdev dengan aparat desa di Kantor Kecamatan Cilimus. Acara ini

merupakan acara terakhir pendampingan secara langsung tim mahasiswa di lapangan. Akan tetapi, selanjutnya tim kelompok comdev akan tetap memonitor mitra UMKM secara daring selama 4 bulan setelah pendampingan lapangan.



Gambar 12. Produk via *e-commerce* (Shopee)

## 5. Kesimpulan

Pada kegiatan *Community Development* tahun ini, tim kelompok comdev telah membantu Dzanira Collection untuk bisa berkembang lebih lagi. Semua tahap dimulai dari tahap perencanaan, observasi kondisi lapangan, sampai realisasi dapat terealisasi dengan cukup baik dan sesuai target. Tim kelompok comdev telah membantu meningkatkan aspek pemasaran dari usaha mitra dengan membuat spot pemotretan pada rumah mitra dan juga telah membuat akun untuk Dzanira Collection serta mengajarkan mitra untuk menggunakannya secara mandiri. Dari segi finansial, mitra UMKM juga telah dapat melakukan pencatatan secara lebih rapi.

Sangat disayangkan modal ekonomi dan waktu kurang untuk mengatasi seluruh masalah utama dari Dzanira Collection. Oleh karena itu, tim kelompok comdev menyarankan bagi kelompok selanjutnya yang menjadi mitra pengembangan dari Dzanira Collection untuk dapat mengatasi permasalahan segi produksinya secara lebih lanjut, terutama mengenai perekrutan dan pelatihan karyawan sehingga dapat menyamai peningkatan permintaan dan meringankan beban mitra pada bisnis ini. Selain itu, tim kelompok comdev juga menyarankan untuk meningkatkan penyediaan dana secara bersyarat, di mana tim kelompok comdev dapat mengajukan tambahan dana dari universitas dengan syarat disahkan dan diizinkan dahulu dari pihak universitas setelah penyelidikan yang mendalam. Terakhir adalah dengan menyarankan ke pada mitra Dzanira Collection untuk fokus kepada bisnis fesyen yang berkelanjutan terutama untuk bahan batik dengan menggunakan bahan-bahan material yang ramah lingkungan dengan pewarna alami [18][19].

## 6. Ucapan Terima Kasih

Tim kelompok comdev mengucapkan terima kasih kepada pihak Pusat Pengembangan Usaha Kecil (PPUK) Universitas Prasetiya Mulya yang telah mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Selain itu, ucapan terima kasih yang tak terhingga juga ingin tim kelompok comdev sampaikan kepada seluruh warga dan pemerintah setempat Desa Cilimus, Kuningan, Jawa Barat, atas keramahan, dukungan, dan bantuan yang luar biasa selama pelaksanaan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih kepada Pak H. Mulyadin, selaku Kepala Desa Cilimus, kepada Pak Udin Sutrisno, selaku Sekretaris Desa Cilimus serta kepada Melisya Halimatusyadiyah, selaku administrasi pemerintahan Desa Cilimus yang telah memberikan arahan dan dukungan yang sangat membantu kelompok selama proses pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM).

Selain itu, kelompok juga ingin menyampaikan apresiasi kepada mitra Sumarni, selaku mitra UMKM, yang telah memberikan kontribusi yang berharga dalam kegiatan ini. Tak lupa, ucapan terima kasih kelompok juga

kelompok sampaikan kepada Rony Santoso, selaku ketua fasilitator comdev 2024, dan Angelica Anya, selaku fasilitator kelompok comdev KUM008, yang telah membantu kelancaran dan kesuksesan kegiatan ini dengan dedikasi yang tinggi. Dengan kerjasama dan dukungan yang luar biasa dari semua pihak yang terlibat, tim kelompok comdev yakin bahwa hasil dari kegiatan ini akan memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan dan kesejahteraan masyarakat Desa Cilimus.

## 7. Daftar Pustaka

- [1] D. Waluyo, "Menembus batas pasar produk tekstil," *Indonesia.go.id*. Available: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8284/menembus-batas-pasar-produk-tekstil?>
- [2] D. L. Priandaru, "UMKM Tekstil Jabar Menjerit Imbas 'Predatory Pricing' di 'Social Commerce'," *Kompas*, Sep. 25, 2023. Available: <https://lestari.kompas.com/read/2023/09/25/170000486/umkm-tekstil-jabar-menjerit-imbaspredatory-pricing-di-social-commerce?page=all>
- [3] R. W. Puyt, F. B. Lie, and C. P. M. Wilderom, "The origins of SWOT analysis," *Long Range Planning*, vol. 56, no. 3, p. 102304, 2023.
- [4] A. Humphrey, "SWOT analysis for management consulting," *SRI Alumni Newsletter*, vol. 1, no. 2, pp. 7-8, 2005.
- [5] R. Vikaliana, et al., "A Cluster Model for Increasing Performance of Small and Medium-Scale Enterprises (A Case Study in Bogor, Indonesia)," in *ICoSI 2014: Proceedings of the 2nd International Conference on Sustainable Innovation*, Springer Singapore, 2017.
- [6] K. Ishikawa and J. H. Loftus, *Introduction to Quality Control*, vol. 98, Tokyo: 3A Corporation, 1990.
- [7] D. Ananda and I. Kurniawati, "Analisis Penggunaan Marketplace Terhadap Tingkat Penjualan Yasmin Butik," *J-innovative*, 2023. Available: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/2564/2224>
- [8] D. H. Wibowo, Z. Arifin, and Sunarti, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Di Jeng Solo)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol. 29, no. 1, pp. 59-66, 2015.



- [9] B. D. Anggraeni, "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Pemilik Usaha Terhadap Pengelolaan Keuangan. Studi Kasus: UMKM Depok," *Jurnal Vokasi Indonesia*. Available: <https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1066&context=jvi>
- [10] S. R. Covey, *The 7 Habits of Highly Effective People*, New York, United States: Free Press, 1989.
- [11] N. S. Ahmad, S. A. Bakar, and R. Musa, "Exploring the Roles of Social Media Content Marketing (SMCM) Towards Return on Investment (ROI): A Conceptual Paper," *Pertanika J. Soc. Sci. Hum*, vol. 25, no. S, pp. 261-268, Feb. 2017.
- [12] E. Turban, J. Strauss, and L. Lai, *Social Commerce: Marketing, Technology, and Management*, Springer Texts in Business and Economics, New York, 2016.
- [13] F. Sussan and Z. J. Acs, "The Digital Entrepreneurial Ecosystem," *Small Business Economics*, vol. 49, no. 1, pp. 55-73, 2017.
- [14] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2022.
- [15] L. Thabane, et al., "A tutorial on pilot studies: the what, why and how," *BMC Medical Research Methodology*, vol. 10, no. 1, pp. 1-10, 2010.
- [16] Z. J. Acs, L. Szerb, and E. Autio, "Digital Entrepreneurship Indicator (DEI): An Analysis of the Case of the Greater Paris Metropolitan Area," *The Annals of Regional Science*, 2016.
- [17] N. Jones, R. Borgman, and E. Ulusoy, "Impact of social media on small businesses," *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 22, no. 4, pp. 611-632, 2015.
- [18] M. A. Koskennurmi-Sivonen, "Designing Sustainable Fashion: Possibilities and Challenges," *Research Journal of Textile & Apparel*, vol. 17, no. 1, pp. 13-22, 2013.
- [19] K. R. DeLong, "A Consumer Vision for Sustainable Fashion Practice," *The Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry*, vol. 3, no. 1, pp. 63-83, 2011.

