



PEMBERDAYAAN USAHA KECIL KERAJINAN AKAR WANGI DI KABUPATEN BANDUNG JAWA BARAT

¹Yanti Susila Tresnawati, ²Erwin M.Pribadi, ³Dindin Abdurohim BS.

¹ Dosen Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Pasundan

²Dosen Teknik Industri, FT, Universitas Pasundan

³ Dosen Adm. Bisnis, FISIP Universitas Pasundan

¹yantisusila61@gmail.com, ²erwinpribadi@gmail.com, ³dindinabs@gmail.com

ABSTRACT

Small Business Vetiver craft is a product of vetiver fiber that produces a variety of products such as calligraphy, tablecloths, flower vases, candle holders, prayer mats, gallon lids, and other creative products. Empowerment needs to be done because the priority problems faced by partners are as follows: Limited capacity of the number of ATMB equipment, Sewing Machines and Painting Tables, Do not have and do not understand financial reports, limited communication capabilities, Limited Expo (Product Exhibition), Do not have computers for promotional media on line. The target target of this community service activity (PKM) is to increase sales of partner calligraphy products. Approach methods used: training, technical guidance, assistance, and business facilitation. The results achieved from this activity are as follows: 1) Increased capacity of equipment and equipment in the production process, especially ATBM, sewing machines, painting tables. so that the partner's production process becomes more smooth and effective. 2) Having communication skills / skills, 3). Understanding the preparation and possession of Financial Statements both Balance Sheet, Profit and Loss and Cash Flow 4) And 6) Participating in exhibitions (Expo) and Obtaining an increase in additional capacity of a computer set and having Blog facilities. So that the product is increasingly known to consumers and increased sales (turnover).

Keywords: Empowerment, Small Business Crafts

ABSTRAK

Usaha Kecil Kerajinan akar wangi merupakan produk serat akar wangi yang menghasilkan bermacam-macam produk seperti kaligrafi, taplak meja, vas bunga, tempat lilin, sajadah, tutup galon, dan produk kreatif lainnya. Pemberdayaan perlu dilakukan karena permasalahan prioritas yang dihadapi mitra sebagai berikut: Keterbatasan kapasitas jumlah peralatan ATMB, Mesin Jahit dan Meja Lukis, Tidak memiliki dan tidak memahami laporan keuangan, kemampuan komunikasi terbatas, Keterbatasan Expo (Pameran Produk), Tidak memiliki komputer untuk media promosi online. Target Luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini, adalah meningkatkan penjualan produk kaligrafi mitra. Metode pendekatan yang digunakan : pelatihan, bimbingan teknis, pendampingan, dan fasilitasi usaha. Hasil yang dicapai dari kegiatan ini sebagai berikut : 1) Meningkatkan kapasitas peralatan dan perlengkapan dalam proses produksi khususnya ATBM, Mesin jahit, meja lukis. sehingga proses produksi mitra menjadi lebih lancar dan efektif. 2) Memiliki keahlian / Skill komunikasi, 3).Memahami penyusunan dan memiliki Laporan Keuangan baik Neraca, Laba Rugi dan Arus Kas 4) Dan 6) Mengikuti pameran (Expo) serta Mendapatkan peningkatan kapasitas tambahan seperangkat komputer dan memiliki fasilitas Blog. Sehingga produknya semakin dikenal konsumen dan meningkatnya hasil penjualan (Omzet).

Kata Kunci : Pemberdayaan, Usaha Kecil Kerajinan

A. Pendahuluan

Kabupaten Bandung merupakan salah satu Kabupaten di

Provinsi Jawa Barat, dengan ibu Kotanya Soreang, salah satu kecamatannya, Kecamatan Paseh



memiliki potensi di industri, baik kecil dan menengah yang menjadi tumpuan hidup warga miskin, baik sebagai sumber pemenuhan kebutuhan yang utama atau sebagai penghasil tambahan, seperti industri sarung, industri kecil makanan, alumunium, anyaman bambu, gorden, konfeksi, dan salah satunya dengan cara membuat kerajinan berbahan akar wangi dalam wujud, hiasan dinding atau kaligrafi, taplak meja, vas bunga, tempat lilin, tempat Tissue, sajadah, dan produk kreatif lainnya. Kerajinan akar wangi ini cukup menjanjikan hal ini didukung data sebagai berikut: Permintaan terhadap kerajinan akar wangi terus meningkat baik di tingkat lokal maupun inter-nasional. Setidaknya terlihat dalam sektor perdagangan ekspor yang di laporkan terakhir Disperindag Provinsi Jawa Barat, bahwa volume kerajinan akar wangi mencapai kisaran 6000 unit dengan harga 30,300,0 US\$. Saat ini, permintaan ekspor sajadah akar wangi ke negara-negara Arab terus meningkat dari tahun ketahun. *Sumber: Dinas Perindag Jawa Barat.2009.*

Kerajinan akar wangi merupakan salah satu komoditas hasil

perkebunan yang sangat potensial untuk dikembangkan yang semula berasal hanya dari daerah Kabupaten Garut dan sekarang berkembang pula menjadi usaha kerajinan di Kecamatan Paseh Majalaya, kerajinan akar wangi merupakan produk serat akar wangi yaitu jenis rumput-rumputan yang kemudian dikeringkan lalu dipintal dengan alat tenun bukan mesin (ATBM) menjadi rajutan benang hingga dapat dijadikan bermacam-macam produk.

Kondisi Eksisting Usaha Kerajinan Akar Wangi.

Kerajinan akar wangi di Kecamatan Paseh Majalaya di mulai pada tahun 1998, peluang usaha akar wangi ini, benar-benar telah menarik minat sebagai peluang usaha yang menjanjikan. Hal ini di sampaikan oleh pengrajin akar wangi yaitu *Al-Zahar Craft n Painted* siswandi sebagai Mitra 1 dan *CV. Bintang Terang Putra*, Gun-gun sebagai Mitra 2, kedua pemilik usaha kerajinan akar wangi tersebut menghasilkan produk seperti kaligrafi, taplak meja, vas bunga, tempat lilin, sajadah, dan produk kreatif lainnya. Dimana kedua mitra ini mulai menekuni kerajinan akar wangi ini sejak tahun 2007.

Adapun kondisi dari aspek – aspek bisnis kerajinan akar dari kedua mitra dapat di jelaskan sebagai berikut:

Bahan Baku Produk

Suplai Bahan Baku yang dijadikan sebagai bahan dasar pembuatan produk kerajinan akar wangi ini tidak sulit untuk diperoleh, dari para petani di beberapa Kec. Kabupaten Garut yang dapat menghasilkan ± 20.832 . 50ton /tahunnya. Adapun harga bahan baku untuk, di bagi menjadi tiga jenis tergantung kualitasnya, untuk kualitas super harganya Rp.25.000/Kg. Kualitas sedang Rp.18.000/Kg, dan untuk kualitas rendah Rp. 12.000/Kg.

Produksi Pada Mitra

Peralatan yang digunakan oleh mitra dalam proses produksi kerajinan akar wangi meliputi mesin jahit, alat tenun bukan mesin (ATBM), Klosan dan hane. Kapasitas produksi bahan dasar akar wangi saat ini yang dihasilkan kedua mitra mampu memproduksi rata-rata sekitar 10 pcs perhari, atau rata – rata perbulanya memproduksi 300 pcs. Dalam proses produksi, mulai pemintalan, desain sampai finising dilakukan pengontrolan secara langsung oleh kedua pemilik usaha ini, dimana para

pemilik ini terjun langsung sebagai pembuat desain dari produk – produk yang akan di buat, selain itu pengontrolan, pemeliharaan peralatan produksi dilakukan sendiri termasuk teknik kendali mutu yang di dasarkan sesuai pesanan. Tata letak atau *lay out* proses produksi dan ruangan pada kedua mitra belum tertata dengan baik, hal ini sebagai salah satu penyebabnya karena terbatasnya luasnya tempat (Ukuran), disamping keterbatasan pemahaman mengenai tata letak (*lay-out*) dari kedua mitra. Kegiatan proses produksi dasar pada kedua mitra hampir sama. Proses produksi kerajinan akar wangi menggunakan bahan baku akar wangi dan benang.

Benang sebagai bahan baku digulung secara rapi menjadi pakk dan klosan dengan menggunakan alat klosan. Klosan tersebut digulung melalui alat hane yang maksimal 1 bum 12 kg benang. Kemudian bum tersebut dipasang ke ATBM yang dipadukan dengan akar wangi. Sehingga membentuk lembaran natural akar wangi. Lembaran-lembaran natural akar wangi yang akan dijadikan produk kemudian tinggal diberi motif dan pelukisan. Sehingga hasil dari proses pembuatan



produk yang berasal dari akar wangi memiliki kualitas produk yang artistik. Proses produksi selanjutnya, merupakan langkah – langkah alur proses desain, sketsa, praktek objek, pelukisan dan finishing baik untuk pembuatan produk kaligrafi. Dalam proses finishing ini adalah pemakaian bingkai kayu, pemasangan talikur, dan merk untuk barang satuan biasanya diberi kemasan yang juga terbuat dari kain akar wangi juga. Dan terakhir proses packing untuk barang yang akan dikirim ke luar negeri.

Jaminan mutu produk pada kedua mitra ini, kualitas terjamin, selain produk akar wangi memiliki kekhasan mengeluarkan bau wangi, kedua mitra memberikan jaminan produknya ke pada pembeli (*buyyer*) adalah apabila produk yang di jual tidak sesuai dengan pesanan (motif, corak) atau lainnya misalnya cacat atau rusak, maka kedua mitra menyepakati barang bisa ditukar atau di ganti, hal ini menjadi cacatan besar bagi kedua mitra harus mengerjakan dan menjual produknya sesuai dengan pesanan.

Produk Yang dihasilkan Mitra

Produk yang dihasilkan pada kedua mitra ini relatif sama, Untuk jenis yang dihasilkan masih dalam

ukuran yang sama, dengan motif relatif sejenis. Selain itu tidak ada spesifikasi yang special dan kualitas yang dihasilkan modelnya masih sangat sederhana, selain memiliki kekhasanya memiliki ciri wangi. Yang mana produk utama yang dihasilkan kedua mitra adalah kaligrafi dan sajadah, sedangkan produk lainnya berasal dari limbah atau sisa potongan produk utama.

Manajemen Pada Mitra

Manajemen usaha pada kedua mitra sebagian sudah dilaksanakan seperti perencanaan produksi, yang meliputi perencanaan pembelian bahan baku maupun bahan penolong, perencanaan proses produksi seperti untuk pembuatan bahan lembaran akar wangi ataupun pelukisan (langkah proses produksi), peralatan pendukung kegiatan yang semuanya sudah terencana meskipun masih terbatas termasuk tenaga kerja perekrutanya, masih didasarkan pemanfaatan tenaga kerja sekitar. Proses atau siklus akuntansi pada kedua mitra belum dilaksanakan dengan baik, dimana kedua mitra belum memiliki laporan keuangan baik neraca, laba rugi maupun laporan arus kas. Meskipun nilai kekayaan,



penjualan dan investasi kedua mitra mengetahui, tapi belum di buat dalam bentuk laporan keuangan yang seharusnya.

Pemasaran Pada Mitra

Pasar sasaran kedua mitra kerajinan akar wangi ini, khususnya produk kaligrafi dan sajadah saat ini adalah dalam negeri dan luar negeri. Prospek untuk usaha ini kedepan sangat menjanjikan dimana dapat dilihat jumlah orderan yang meningkat pesat dalam kurun waktu 2 tahun, dan juga mengingat terbatasnya negara yang menyediakan bahan baku akar wangi yang mengakibatkan meningkatnya jumlah orderan dari negara lain khususnya negara – negara yang mayoritas penduduknya Islam walaupun tidak menutup kemungkinan bagi Negara non muslim. Meskipun demikian kedua mitra belum mengetahui informasi secara pasti peluang pasarnya karena selama ini pemesanan atau order selalu oleh pihak ketiga. Pasar sasaran kedua mitra yaitu dalam Negri 15% dan luar Negri 85%. Teknik pemasaran yang digunakan oleh kedua mitra masih terbatas, belum melakukan teknik pemasaran atau promosi yang dilakukan sendiri misalnya melalui

iklan baik di media cetak atau media elektronik, ataupun melalui media oline (IT).

Promosi yang pernah di ikuti yang difasilitasi pihak ke tiga yaitu beberapa kali kedua mitra dilibatkan mengikuti Expo /Pameran di Jakarta. Dan karna Expo inilah kedua mitra mendapatkan konsumen dari luar kota bandung dan luar negeri, termasuk pernah di datangi dan wawancarai oleh Metro TV, meskipun demikian sampai saat ini pembeli produk hasil kedua mitra khususnya produk kaligrafi dan sajadah dari luar negeri masih menggunakan jasa atau pelantara pihak lain(pihak ke tiga). Harga produk yang ditentukan oleh kedua mitra lebih didasarkan pada banyaknya pesanan, sebagai contoh pemesan 100pcs dengan pemesan 1000pcs akan berbeda harga yang ditentukan/biaya produksi pertim - banganya, pertimbangan lainnya seperti harga pesaing.

SDM Pada Mitra

Para pegawai dari kedua mitra tidak memiliki kompetensi dan keunggulan, kecuali pemilik kedua usaha ini memiliki keahlian desain grafis atau melukis. jika dilihat dari

kualifikasi tingkat pendidikan pada kedua mitra yang rata-rata SMP.

Fasilitas Pada Mitra

Fasilitas yang di miliki Kedua mitra masih sangat terbatas, baik tempat, ruangan atau ukuran. Berikut gambaran fasilitas yang dimiliki kedua mitra. Selain data di atas kedua mitra memiliki fasilitas kendaraan roda dua, hal lainnya Kedua mitra untuk akses ke jalan raya cukup memadai meskipun jaraknya sedikit jauh, yang mana jarak ke jalan tol cilenyi dapat ditempuh dengan waktu antara 30 menit s/d 40 menit. Untuk penggunaan daya atau tenaga listrik sangat menunjang bagi kedua mitra ini, demikian pula halnya untuk alat telekomunikasi yang dimiliki sangat menunjang seperti telephon rumah dan handpon yang dimiliki, tetapi kedua mitra belum memiliki fasilitas komputer, fasilitas IT(website) sebagai media promosi, hal ini merupakan kendala untuk mendapatkan konsumen(*buyyer*) dalam peningkatan omset penjualan dan perkembangan usaha kerajinan akar wangi kedua mitra.

Finansial(Modal) Pada Mitra

Sumber modal atau pendanaan kedua mitra bersumber yang utama

dari modal sendiri, sumber lainnya pernah pula meminjam ke salah satu bank, tetapi saat ini meminjam ke bank harus memiliki jaminan, itu menjadi kendala bagi kedua mitra. kedua mitra memberikan informasi bahwa mereka menetapkan proyeksi penjualan khususnya untuk produk kaligrafi dan sajadah antara Rp. 50.000.000- Rp 60.000.000 per tahun dan akan terus meningkat pada tahun-tahun berikutnya. Namun, untuk meningkatkan hasil omset penjualan produknya kedua mitra membutuhkan investasi modal antara Rp.40.000.000 s/d Rp.50.000.000.yaitu akan digunakan untuk penambahan kapasitas peralatan dan perlengkapan produksi.

Berdasarkan kesepakatan dengan Mitra maka, justifikasi permasalahan – permasalahan prioritas yang dicarikan solusinya pada mitra sebagai berikut :

1. Keterbatasan kapasitas jumlah peralatan dalam proses produksi khususnya ATMB, Mesin Jahit dan Meja Lukis
2. Keterbatasan Pemahaman Komunikasi dan Komunikasi Skill

3. Tidak memiliki dan tidak memahami penyusunan Laporan Keuangan (Neraca, Laba/Rugi dan Arus Kas) untuk pengajuan kredit baik ke bank maupun ke bantuan CRS atau Bina Lingkungan dari BUMN
4. Keterbatasan Expo (Pameran Produk) dan belum memiliki media promosi Online seperti Blog, juga perangkat Komputer, untuk mendapatkan konsumen / pasar baru.

B. Kajian Pustaka

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi (Tambunan, 2012:2), Menurut M. Tohar. mengatakan bahwa usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagai-mana diatur dalam undang-undang (2009:11). Dan Ina Primiana. Mengatakan bahwa 1) usaha kecil adalah pengembangan empat kegiatan ekonomi utama yang menjadi motor penggerak pembangunan, yaitu; agribisnis, industri manufaktur, sumber daya

manusia, dan bisnis kelautan. 2) usaha kecil adalah pengembangan kawasan andalan untuk mempercepat pemulihan perekonomian melalui pendekatan wilayah atau daerah, yaitu dengan pemulihan wilayah atau daerah untuk mewisadahi program prioritas dan pengembangan sektor-sektor dan potensi. 3) usaha kecil adalah upaya-peningkatan upaya-pemberdayaan masyarakat., Menurut Undang – Undang No. 20 Tahun 2008, Kriteria Usaha Kecil adalah: Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Seperti kita ketahui bersama bahwa Usaha Kecil di Indonesia memiliki keterbatasan baik secara Internal maupun berhubungan dengan Ekternal, untuk itu sudah seharusnya di berdayakan. Pemberdayaan menurut Suhendra (2006:74-75) adalah “suatu kegiatan yang berkesinambungan, dinamis, secara sinergis mendorong keterlibatan semua potensi yang ada secara evolutif dengan keterlibatan semua potensi”. Masih menurut UU di atas menyebutkan pemberdayaan

Usaha Kecil(UK) sebagai berikut : Pember-dayaan adalah upaya yang dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Masih menurut UU diatas. Prinsip pemberdayaan UMKM sebagai berikut : a) Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri; b) Perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan; c)Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; d)Peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; dan e)Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, menunjukkan, bahwa prinsip pemberdayaan Usaha Kecil dapat dilakukan oleh berbagai pihak salah

satunya oleh Perguruan Tinggi melalui Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) atau Penerapan Iptek dengan berbagai pendekatan.

C. Metode Pelaksanaan

Tahapan Kegiatan PKM meliputi : Tahap Persiapan, Pelaksanaan dan Tahap Monitoring dan Evaluasi Kegiatan, Adapun Metode Pendekatan pelaksanaan yang diterapkan sebagai berikut:

Pelatihan/Training

Pelatihan atau *training* adalah merupakan suatu metode yang diberikan dalam rangka memberikan ilmu pengetahuan dan hal – hal tertentu, Metode pelatihan ini, dibagi menjadi dua jenis pelatihan/training, sebagai berikut:

- a. Pelatihan / training Peningkatan Skill / kompetensi dalam Komunikasi. pelatihan ini ditujukan agar kedua mitra memahami, apa, mengapa dan bagaimana berkomunikasi, dan teknik – teknik komunikasi. Dalam pelatihan ini diberikan gambaran mengenai cara berkomunikasi yang efektif dan efisien dan Games bermain peran.

- b. Pelatihan/training Menyusun Laporan Keuangan, baik Laporan Keuangan Neraca, Laporan Keuangan Rugi Laba maupun Laporan Keuangan Arus Kas. Pelatihan,

Bimbingan Teknis dan Pendampingan

Pendekatan ini bertujuan untuk menindaklanjuti hasil pelatihan yang bersifat teori dan kemudian diberikan Bimbingan Teknis dan pendampingan dengan aplikasi langsung di lapangan (tempat Kedua Mitra). Tim bertindak mengarahkan secara teknis dalam aplikasi dan mendampingi Mitra dalam bentuk :

- a. Bimbingan teknis dan Pendampingan Komunikasi Skill,
- b. Bimbingan Teknis dan Pendampingan penyusunan laporan keuangan (Neraca, Laba Rugi dan Aliran Kas), dalam satu periode.

Fasilitasi Usaha

Maksud dari metode fasilitasi usaha dimana tim memfasilitasi kedua mitra dalam mengatasi permasalahan prioritas, sebagai berikut :

- a. Fasilitasi Peralatan Produksi tradisional / Manual yaitu mesin

ATBM dan Mesin Jahit, yang mana masing – masing Mitra mendapatkan 1(satu) unit baik untuk ATBM, Mesin Jahit dan Meja Lukis masing – masing 2unit. Peralatan ini diberikan sebelum dilaksanakannya pelatihan tahapan proses produksi dan fasilitasi seperangkat komputer.

- b. Fasilitasi Pameran (Expo), untuk mendapatkan konsumen / pasar baru, yang mana Tim memfasilitasi pameran (Expo produk Mitra) bagi kedua mitra baik lokal maupun Nasional. Fasilitasi pembuatan Blog.

D. Hasil dan Pembahasan

Hasil Pelaksanaan kegiatan PKM yang telah tercapai sebagai berikut :

1. Mitra mendapatkan Peningkatan kapasitas peralatan dan perlengkapan proses produksi khususnya ATBM, Mesin jahit. sehingga proses produksi mitra menjadi lebih lancar dan efektif, dapat menetapkan jadwal produksi sesuai permintaan pelanggan/konsumen, dapat memenuhi pesanan sesuai waktu yang telah ditetapkan. Dan Mitra dapat membuat skedul (jadwal) proses

- produksi untuk pesanan baru /konsumen baru/pasar baru.
2. Mitra, Memahami dan memiliki kemampuan Komunikasi Skill yang lebih baik sehingga mampu berkomunikasi ketika menghadapi buyer atau pihak lain Menjadi Percaya Diri, dan mitra mampu berkomunikasi dengan efektif dan efisien. Juga kepercayaan dirinya semakin meningkat.
 3. Mitra memahami penyusunan Laporan Keuangan baik Neraca, Laba Rugi dan Arus Kas, dan secara lebih spesifik mitra : memahami alur proses penyusunan / siklus Akuntansi, Memiliki bukti-bukti transaksi, Mampu membuat dan Memiliki buku besar, Mampu membuat dan memiliki Neraca, laporan laba rugi, dan laporan Arus / aliran kas. dan dapat mengajukan kredit yang selama ini disyaratkan baik ke Bank maupun bantuan CSR atau Bina Lingkungan dari BUMN.
 4. Mitra, memiliki seperangkat komputer dan memiliki fasilitas Blog yang mana usaha dan Produk kedua mitra lebih dikenal pada masyarakat luas.
 5. Mitra, difasilitasi mengikuti pameran supaya lebih mudah untuk mendapat -kan konsumen /pasar. Dan kedua mitra : memiliki kesempatan menunjukkan / memamerkan produk hasil karyanya, Produk Kedua Mitra di kenal di kalangan masyarakat/ pengunjung yang selama ini belum banyak yang mengetahui sebagai produk local, mendapatkan pesanan dari konsumen / pasar baru baik lokal maupun Nasional. Yang mana ekpo (pameran) ini yang diselenggarakan Provinsi Jawa Barat di Graha Mandala Siliwangi, dan di Pemda kabupaten Bandung.

E. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan program PKM dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Mitra mendapatkan Peningkatan kapasitas peralatan dan perlengkapan proses produksi khususnya ATBM, Mesin jahit.

- Sehingga proses produksi mitra menjadi lebih lancar dan efektif.
2. Mitra, Memahami dan memiliki kemampuan Komunikasi Skill yang lebih baik sehingga mampu berkomunikasi ketika menghadapi buyer atau pihak lain Menjadi Percaya Diri, dan mitra mampu berkomunikasi dengan efektif dan efisien. Juga kepercayaan dirinya semakin meningkat.
 3. Mitra memahami penyusunan Laporan Keuangan baik Neraca, Laba Rugi dan Arus Kas, dan dapat mengajukan kredit yang selama ini disyaratkan baik ke Bank maupun bantuan CSR atau Bina Lingkungan dari BUMN
 4. Mitra, memiliki seperangkat komputer dan memiliki fasilitas Blog yang mana usaha dan Produk kedua mitra lebih dikenal pada masyarakat luas.
 5. Mitra, difasilitasi mengikuti pameran supaya lebih mudah untuk mendapat -kan konsumen /pasar. Yang mana ekpo (pameran) yang di ikuti yang diselenggarakan Provinsi Jawa Barat di Graha Mandala

Siliwangi, dan di Pemda kabupaten Bandung

DAFTAR PUSTAKA

- Alvonso, J (2014), Practical Communication Skill, Elekmedia Kompo- tendo. Jakarta
- Jay Jacquet, (2010), Dasar Akuntansi, Penerbit, Indeks – Jakarta.
- Shaleh Gajalba(2014), trips/WTO dan HKI Indonesia, Rineka Cipta – Jakarta.
- Suhendra, K, (2006), Peranan Birokrasi Dalam Pemberdayaan Masyarakat, Bandung:Alfabeta
- Sutrisno Dewi (2012) Komunikasi Bisnis, Penertbit –Andi Yogyakarta.
- Tambunan, Tulus, (2012) “Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : isu-isu penting”, Jakarta : LP3ES,.
- Tohar, M.(2001). Membuka Usaha Kecil , Yogyakarta: Kanisius.
- UU.No 20 Tahun 2008. Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).
- Wilantara, Rio.(2016). Strategi & Kebijakan Pengembangan UMKM, Refika Aditama, Bandung.
- www.Seputar Permasalahan dan solusi UMKM di Indonesia.
- Pedoman Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, DRPM Dikti.