

## **Pendampingan Peningkatan *Branding Fashion* Galleraj Kampoeng Radjoet Binong Jati**

Trias Pyrenia Iskandar, Yanti Susila Tresnawati\*

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
Pasundan

Email : [Triasiskandar@unpas.ac.id](mailto:Triasiskandar@unpas.ac.id)

**Received: 13 March 2022; Revised: 02 April 2022; Accepted: 20 May 2022**

**DOI: <http://dx.doi.org/10.37905/dikmas.2.2.321-330.2022>**

### **ABSTRAK**

Usaha Kecil Galleraj merupakan salah satu yang berada di Kampoeng Rajoet Kota Bandung yang dimiliki oleh Eka Rahmat Jaya yang berada di Kota Bandung yang memiliki potensi untuk dikembangkan, akan tetapi masih dihadapkan pada permasalahan prioritas meliputi : 1) belum mehami dan menerapkan Visi, Misi, dan Tujuan Usaha, Kurang memiliki kemampuan komunikasi bisnis, baik secara internal maupun eksternal. 2) Kurang memahami dan belum menerapkan konten Digital Marketing sesuai tuntutan pasar, seperti konten : konten: Podcast, *Livestreams*, Infografis, dan Testimonial Klien. Solusi yang ditetapkan sebagai berikut : 1) Peningkatan Kapasitas menetapkan Visi, Misi, Tujuan Usaha dan Komunikasi Bisnis dalam aktivitas Usahanya baik komunikasi internal maupun eksternal, 2) Peningkatan Pemahaman Dan Penerapan konten Digital Marketing pada usaha mitra, yang meliputi konten : Podcast, *Livestreams*, Infografis, Webinars dan Testimonial Klien. Metode pendekatan yang digunakan meliputi; Pelatihan, Bimbingan Teknis (Bimtek), dan fasilitasi. Hasil dari pengabdian kepada masyarakat ini pelaksanaan pendampingan berlangsung dengan baik selama 3 bulan diantaranya pelatihan IMC, pendampingan podcast, *livestreaming*, dan *testimony* pengguna, luaran yang sudah dihasilkan yaitu artikel berita di pikiran rakyat.com jurnal soreang, serta artikel yang akan di submit pada jurnal nasional terakreditasi sinta 5 Linimasa dan Jurnal Abdimas.

**Kata Kunci : Kapasitas, Komunikasi Bisnis, Konten Digital Marketing.**

### **ABSTRACT**

*Galleraj Small Business is one of those located in Kampoeng Rajoet, Bandung City which is owned by Eka Rahmat Jaya in Bandung City which has the potential to be developed, but is still faced with priority problems including: 1) not understanding and implementing the Vision, Mission, and Business Purpose, Lack of business communication skills, both internally and externally. 2) Lack of understanding and have not implemented Digital Marketing content according to market demands, such as content: content: Podcasts, Livestreams, Infographics, and Client Testimonials. The solutions are determined as follows: 1) Capacity building to determine Vision, Mission, Business Goals and Business Communication in its business activities, both internal and external communications, 2) Increasing understanding and application of Digital Marketing content in partner businesses, which includes content: Podcasts, Livestreams, Infographics, Webinars and Client Testimonials. Approach methods used include; Training, Technical Guidance (Bimtek), and facilitation. The results of this community service were the*

*implementation of the mentoring went well for 3 months including IMC training, podcast assistance, livestreaming, and user testimonials, the outputs that have been produced are news articles in the minds of people. National Accredited Sinta 5 Linimasa and Abdimas Journal.*

*Keywords: Capacity, Business Communication, Digital Marketing Content.*

## **PENDAHULUAN**

Usaha Kecil Galleraj di kampoeng rajoet Kota Bandung merupakan pelaku usaha yang memiliki potensi untuk dikembangkan, karena memiliki keunggulan dalam hal: jumlah unit usaha 293 Pengrajin, nilai investasi 31.366 Milyar, kapasitas produksi per/tahun 984.426 Lusin dan menyediakan lapangan kerja bagi 2.143 Orang Tenaga Kerja, Pasar sasaran regional, nasional dan mitra program ini sudah masuk pasar Internasional. Usaha mitra mulai berkembang pada tahun 2011an, karena semakin luas jangkauan daerah pemasaran, mempunyai ciri khas daerah, melibatkan tenaga kerja dari daerah setempat, ketersediaan bahan baku memadai, dan mendapat dukungan dari pemerintah daerah. **Alasan tim mengajukan usaha mitra karena merupakan salah satu objek yang pernah diteliti oleh Tim pengusul**, Anggota Tim:(*Yanti Susila, 2014*),*Pengembangan Kompetensi Pemasaran Produk Rajut Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada UKM Rajut Binong Jati Di Kota Bandung*. Berdasarkan hasil Kunjungan lapangan di lokasi usaha Mitra, dapat di jelaskan kondisi eksisting Calon Mitra Galleraj sebagai berikut:

### **1. Bahan Baku**

Bahan Baku yang dijadikan sebagai bahan dasar pembuatan produk Rajut ini tidak sulit untuk di peroleh, bahan baku untuk pembuatan Rajut untuk mitra diperoleh atau di suplay dari jalan ABC Toko Surya Mas dan distributor lainnya. Adapun harga bahan baku dengan harga antara Rp. 50.000 – 100.000/Kones atau Kg.

### **2. Produksi**

Peralatan yang digunakan mitra dalam proses produksi, masih manual belum menggunakan mesin computerise ( mesin digital) dan masih terbatas seperti peralatan mesin rajut broder, mesin lingking, mesin obras, setrika uap (steam), komputer dan meja mesin, hal ini di kemukakan oleh mitra. Kapasitas produksi saat ini rata-rata sekitar 70.560pc/tahun atau 2880pc perbulan dan 98pc perhari. Dalam proses produksi pemilik terjun langsung melakukan pengontrolan (QC)/teknik kendali mutu mulai dari input, proses sampai output, pemeliharaan peralatan produksi dilakukan sendiri.

### **3. Proses**

Tata letak atau lay out tempat proses produksi dan ruangan – ruangan pada mitra belum tertata dengan baik, hal ini salah satu penyebabnya karena terbatasnya luasnya tempat (ukuran), di samping keterbatasan pemahaman mengenai tata letak (lay-out). Proses produksi rajut menggunakan bahan baku wol akrilik, catun dan benang PE, benang sebagai bahan baku utamanya dan kertas cetak sebagai bahan penolong.

### **4. Produk (Jenis, Jumlah, Mutu).**

Jenis Produk rajut yang dihasilkan mitra sangat beragam seperti : Ciput, bandana, kupluk, syal, sweater rajut, cardigan, rompi pria, rok dan celana wanita, sepatu bayi dan sangat dikenal, . Jumlah produk yang mampu dihasilkan mitra rata-rata sekitar 70.560pc/tahun / 240lusin/2880pc perbulan atau 8lusin/98pc perhari. Mutu produk yang dihasilkan Masih Kalah Bersaing dalam jenis warna dan jenis motif dikarenakan masih menggunakan mesin rajut manual hanya mampu membuat jenis warna dan jenis motif

yang klasik atau dasar (12 warna umum/ belum mampu menghasilkan warna pastel, motif batik, kotak2, dll)

#### **5. Distribusi Produk**

Ada dua saluran distribusi atau penyaluran produk yang digunakan mitra, yaitu :

1.) Produsen – Pemakai/Konsumen dan 2) Produsen – Distributor /Toko/ Reseller / - Pemakai/konsumen.

#### **6. Manajemen**

Manajemen masih sederhana, belum sesuai dengan tuntutan usaha, seperti belum mempunyai visi, misi, tujuan yang, belum adanya pemisahan keuangan pribadi, pemilik lebih bersifat *one man show*, kecuali proses produksi di bantu oleh tenaga kerja, selain itu belum ada SOP (*standart operasional prosedur*). Serta pemilik usaha belum mampu berkomunikasi, baik secara internal maupun eksternal.

#### **7. Pemasaran (Teknik Pemasaran, Harga Jual Produk, Konsumen).**

Teknik pemasaran yang digunakan, melalui Digital Marketing dan Media social seperti WA/Intragram/Facebook. yang mana belum mampu membuat konten Digital Marketing sesuai tuntutan sekarang, Mengikuti Pameran (Expo) masih terbatas dan keterbatasan sarana/kelengkapan expo seperti Katalog, Henger, Manekin (patung untuk mendisplay busana) dan Kelengkapan Branding. Harga jual produk yang ditetapkan oleh mitra disesuaikan dengan jenis, kualitas dan kuantitas produk, Harga jual jenis produk mulai dari Rp. 5.000 – Rp. 150. 000. Wilayah pemasaran dalam kota, luar kota dan luar negeri.

#### **8. SDM**

Para pegawai pada mitra berasal dari lingkungan setempat. Jika dilihat dari kualifikasi tingkat pendidikan pada mitra yang rata-rata SMP. Dilihat dari kondisi tenaga kerja (SDM) pada Mitra dibutuhkan peningkatan kemampuan seperti Motivasi kerja, Daya kreativitas, dan dibutuhkan yang mampu berbahasa asing khususnya bahasa Inggris karena seringnya ada kunjungan, pesanan dalam Bahasa Inggris.

#### **9. Sarana (Ruang Administrasi, Ruang Produksi, Ruang Penyimpanan,**

Sarana yang di miliki mitra masih terbatas, meja / kursi, tempat, ruangan atau ukuran dan juga sarana pendukung promosi, display /display ada akan tetapi belum memiliki Manekin (patung untuk mendisplay busana), Begitu juga Rak, Henger untuk produk sangat terbatas. Tempat produksi dengan ukuran ruangan 3x7 m<sup>2</sup>, dan tempat administrasi menyatu dengan gudang / penyimpanan bahan baku dan barang jadi serta Display produk dengan ukuran 3x3M<sup>2</sup>, dan ruang packing diteras rumah.

#### **10. Showroom, Akses Ke Jalan Raya, Listrik, Telekomunikasi).**

**Showroom** atau ruang untuk memamerkan produk belum dimiliki akan tetapi ada lahan yang disediakan pemerintahan kota Bandung untuk showroom hal ini peluang bagi mitra untuk membuat showroom, atau alternatif lainnya renovasi bangunan, Akses ke jalan raya cukup memadai dan jaraknya hanya 100 meter, Untuk penggunaan daya atau tenaga listrik sangat menunjang bagi mitra ini, demikian pula halnya untuk alat telekomunikasi yang dimiliki sangat menunjang seperti handpon yang dimiliki, tetapi mitra belum memiliki fasilitas computer Canggih, fasilitas IT seperti Indihome sebagai sarana kerja yang efektif dan media promosi belum dimiliki. hal ini merupakan kendala untuk mendapatkan konsumen (buyer) dalam peningkatan omset penjualan dan perkembangan usaha mitra.

### 11. Finansial (Modal, Cash-Flow, IRR).

Sumber modal awal Mitra berasal dari hasil tabungan sendiri dengan jumlah modal Rp.5.000.000. tambahan modal biasanya didapatkan dari tabungannya / pinjaman Koperasi atau pinjaman keluarga, mitra berpeluang mendapat pinjaman Kredit Modal kerja atau kredit investasi karena sudah memiliki badan usaha (CV),. Keuntungan yang di dapat mitra rata – rata antara kotor antara 15.Jt – 20Jt/bln atau bersih Antara Rp. 3.000.000 - Rp. 6.000.000/Bulan. Dengan omzet saat ini 160.000.000an, Modal awal untuk produksi biasanya berasal dari DP pesanan antara Minimal 50% dari jumlah pesanan produk dari konsumen.

### PERMASALAHAN MITRA

Berdasarkan Identifikasi permasalahan diatas, maka tim dengan calon mitra memutuskan (justifikasi) dengan pertimbangan masalah yang harus segera dicarikan solusi dan pertimbangan Kepakaran dan kesiapan Tim, maka **Permasalahan – Permasalahan Prioritas** yang akan dicarikan solusinya, sebagai berikut:

#### A. Masalah Prioritas Terkait Manajemen khususnya komunikasi Bisnis

:

1. Belum Memahami dan Menerapkan : Visi, Misi dan Tujuan Usaha
2. Belum Mampu Melakukan Komunikasi Bisnis secara Internal pada karyawan yang efektif untuk mencapai tujuan usaha
3. Belum Mampu melakukan komunikasi bisnis dengan pihak eksternal untuk memanfaatkan peluang yang ada dalam mencapai tujuan usaha.

#### B. Masalah Prioritas Terkait konten Digital Marketing :

Belum mampu dalam membuat konten dan menerapkannya dalam Digital Marketing, seperti konten: Podcast, Livestreams, Infografis, dan Testimonial Klien.

### SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi dan Target Luaran Solusi (Keberdayaan Mitra) dijelaskan dalam tabel berikut ini :

**Solusi Dan Target Luaran Keberdayaan Mitra**

NO	Solusi	Target Luaran
1	Peningkatan Kapasitas menetapkan Visi, Misi, Tujuan Usaha dan Komunikasi Bisnis dalam aktivitas Usahanya baik komunikasi internal maupun eksternal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatnya pengetahuan, keterampilan Mitra dan mampu membuat dan memiliki : Visi, Misi dan Tujuan Usaha.</li> <li>2. Meningkatnya pengetahuan, keterampilan Mitra, dan mampu komunikasi Internal yang efektif</li> <li>3. Meningkatnya pengetahuan, keterampilan Mitra, dan mampu komunikasi eksternal yang efektif</li> </ol>
2	Peningkatan Pemahaman Dan Penerapan konten Digital Marketing pada usaha mitra, yang meliputi konten : Podcast,	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatnya Pengetahuan dan Skill Mitra dalam Konten Digital Marketing seperti : Podcast, Livestreams, Infografis, dan Testimonial Klien.</li> </ol>

	Livestreams, Infografis, Webinars dan Testimonial Klien.	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Terlaksananya fasilitasi penyelenggaraan Podcast Konten Didigital Marketing.</li> <li>3. Meningkatnya Jumlah Konsumen</li> <li>4. Meningkatnya Omzet Penjualan Mitra</li> </ol>
--	--	---

## METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan PKM ini dilakukan pada bulan febuari – Juni 2022 bertempat di Galleraj Kampung Rajut Binong Jati Bandung Adapun metode pelaksanaanya diantaranya:

### 1. Tahap Persiapan

Dalam tahap ini tim melaksanakan rapat pembagian tugas tim melalui zoom meeting karena masih dalam kondisi pandemic covid 19, mengagendakan rapat koordinasi, mulai dari persiapan, pelaksanaan, Evaluasi, sampai pada penyusunan laporan, Publikasi dapat berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan berlangsung pada 19 Febuari 2021 melalui zoom meeting.

### 2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan Program ini berlangsung selama 5(lima) bulan dengan pertimbangan kegiatan mulai dari persiapan dilakukan pada bulan february 2022, pelaksanaan program (Pelatih, Pembimbing (bimbingan teknis).

Pelaksanaan evaluasi merupakan kegiatan penilaian yang dilaksanakan oleh tim pelaksana, dan monev oleh Review, yang di tujukan untuk menilai hasil semua kegiatan program dan mengukur indikator keberhasilan, juga kelemahan yang mungkin ada dengan mencari faktor-faktor penyebabnya, dan juga sebagai bahan penyusunan laporan dan rekomendasi kegiatan serta sebagai bahan Rencana Tindak lanjut program. Pelaksanaan evaluasi ini akan berlangsung pada bulan juni 2022.

### Metode Pendekatan

Berdasarkan Solusi Dan Target Luaran yang telah ditetapkan, maka tim menetapkan metode pendekatan sebagai berikut :

#### a. Metode Pelatihan

Metode pelatihan, ditujukan untuk mentrasfer Ilmu pengetahuan dan teknologi (Ipteks) dalam mengatasi permasalahan melalui peningkatkan wawasan, pemahaman bagi mitra. Yang mana pelaksanaan pelatihan direncanakan dilaksanakan dalam satu ruangan di kampus Fisip Unpas. Adapun metode pendekatan ini ditetapkan oleh tim untuk mengatasi permasalahan, dan solusi mencapai target luaran yang telah ditetapkan yaitu : 1) Peningkatan Kapasitas Komunikasi Bisnis. 2) Peningkatan Konten Digital Marketing.

#### b. Metode Bimbingan Teknis.

Metode Pendekatan ini, ditujukan untuk mentrasfer ipteks, agar kedua mitra mampu mempraktekan hasil dari pendekatan pelatihan dengan Bimbingan Teknis dari pakarnya (tim), dimana metode pendekatan ini di laksanakan langsung di lapangan (tempat Mitra) yaitu galleraj Kampoeng Radjoet . pertama Pakar/Tim bertindak secara aplikatif untuk



mengarahkan bagaimana membuat branding yang baik melalui media digital melalui aplikasi-aplikasi yang sedang banyak digunakan oleh kalangan pembisnis, kedua Tim membimbing proses dan tahapan seperti menentukan visi misi, media yang akan digunakan, strategi pemasaran, script podcast. Ketiga memberi contoh, kepada Mitra dalam mengatasi permasalahan dan mencapai target dan luaran dari Peningkatan Kapasitas Komunikasi Bisnis dan Konten Digital Marketing.

### c. Metode Pendekatan Fasilitasi

Metode pendekatan ini, ditujukan untuk mempermudah, meringankan, memperlancar, menghubungkan, membuatkan (mendesain), mendapatkan, dan memiliki sesuatu yang dibutuhkan oleh mitra. Pendekatan Fasilitasi bagi mitra ini digunakan dalam mengatasi permasalahan dan mencapai target dan luaran sebagai berikut :

1. Fasilitasi Peningkatan Akses Ke Konsumen berupa live streaming yang dilakukan melalui e-commerce shopee.

**Gambar 1 Shopee Live Streaming Galleraj**



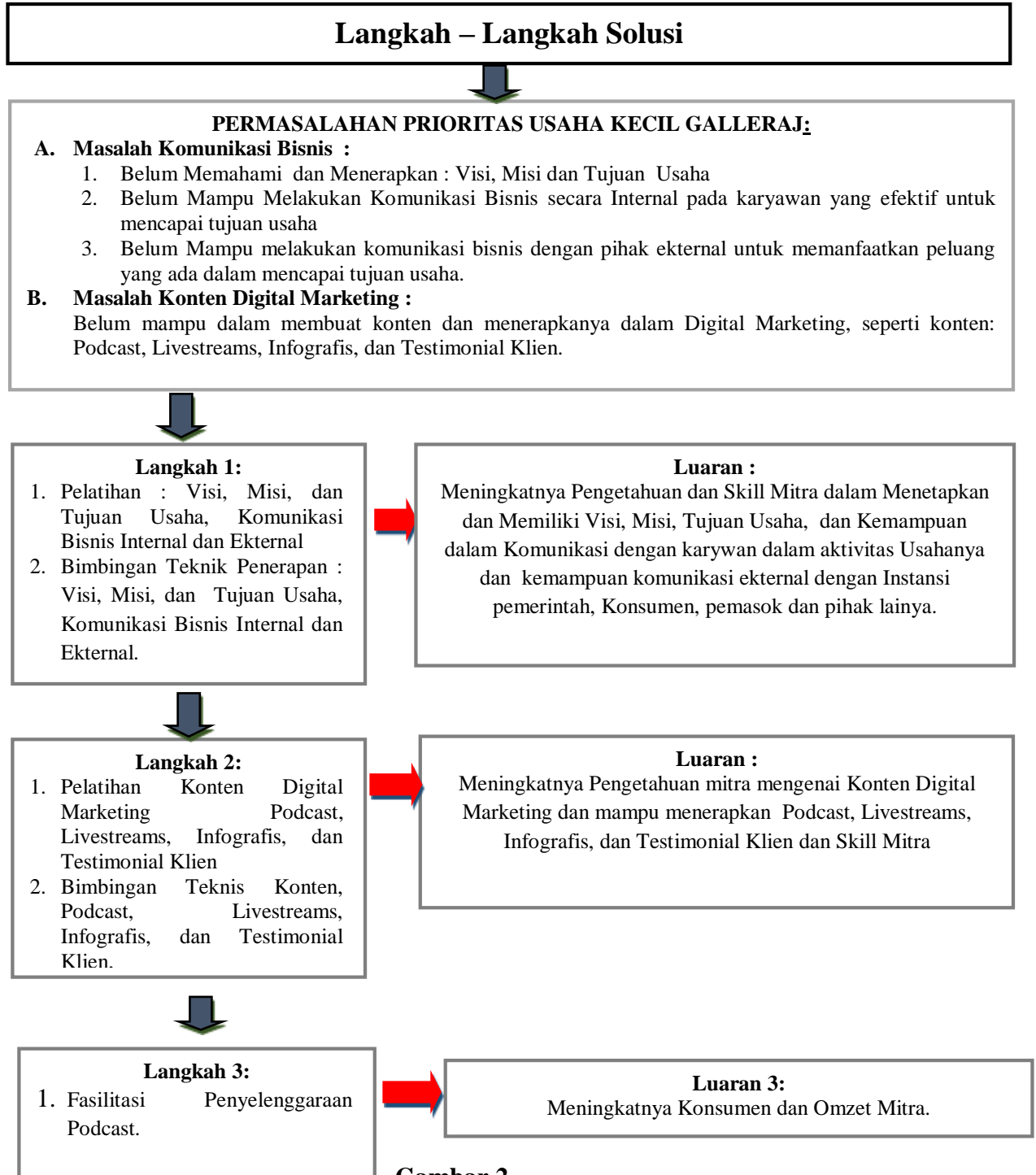
Sumber : Founder Mitra Galleraj Eka

2. Fasilitasi konten Digital Marketing, yang meliputi konten : Podcast dan Testimonial Konsumen pembuatan podcast dilakukan pada tanggal 23 Maret 2022, bertempat di lab Radio Fisip Unpas, mendatangkan Founder Kampong Radjoet serta pelaku usaha UMKM di kampung rajut binong jati kang eka. Testimonial konsumen dilakukan oleh mahasiswa yang mana diberikan endorse sweater rajutan product galleraj dan di upload melalui media sosial sebagai upaya memasarkan barang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Langkah – Langkah Solusi Atas Permasalahan Mitra

langkah – langkah solusi atas permasalahan prioritas yang telah ditetapkan dalam target luaran ini berdasarkan hasil penelitian tim yaitu yanti Susila, 2014, Pengembangan Kompetensi Pemasaran Produk Rajut Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada UKM Rajut Binong Jati Di Kota Bandung. Untuk lebih jelasnya Langkah – Langkah solusi dalam pelaksanaan program ini, terlihat pada gambar berikut.



**Gambar 2**  
**Rencana Langkah-Langkah Solusi**

## Hasil

Pelaksanaan pendampingan peningkatan branding di Galleraj Kampoeng Radjoet telah dilaksanakan mulai dari pelatihan dan pendampingan pada tanggal 8 maret 2022 tim melakukan pelatihan peningkatan kemampuan dalam menerapkan konten digital marketing, yang meliputi podcast, *Livesstream*, dan *testimony* klien, pembuatan Tahap Dalam penerapan Iptek ini tim menggunakan pendekatan dengan metode pelatihan, bimbingan teknik dan pendampingan.

HOME / EKONOMI

### Dosen dan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unpas Bantu Meningkatkan Branding Industri Kreatif Fesyen

Asep GP 8 Maret 2022, 13:33 WIB



Dosen dan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unpas Bantu Meningkatkan Branding Industri Kreatif Fesyen /Unpas/

**Gambar 3. Proses Bimbingan dan Pelatihan**  
Sumber : Jurnal soreang pikiran rakyat.com

Pelaksanaan Pelatihan PKM ini dilakukan pada pelaku usaha sekaligus merupakan penggerak umkm Kampoeng Radjoet. Pelatihan ini dihadiri oleh tim pkm Fisip Unpas dan mahasiswa, serta narasumber ahli bapak Dr Dindin Abdurohim. Total peserta 10 orang, dengan tema *integratic marketing communication digital*. Pendampingan dan fasilitasi Podcast dilakukan pada tanggal 23 Maret 2022 bertempat di lab Radio Fisip Unpas. Podcast dilakukan agar pemasaran produk dapat menjangkau anak-anak muda yang mana podcast ini sedang banyak diminati oleh kalangan pemuda, host dalam hal ini juga merupakan mahasiswa ilmu komunikasi Unpas dan bekerjasama dengan Komunitas OnCam Pasundan. Hasil podcast ini ditayangkan pada media youtube dan juga Instagram. Testimonial Konsumen dilakukan oleh mahasiswa, mahasiswa diberikan baju yang kemudian dibuat video *testimony* yang menarik.





**Gambar 4. Pelaksanaan Podcast**

### Partisipasi Mitra Dalam Pelaksanaan Program

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program ini, sangat kooperatif hal ini ditunjukkan dalam partisipasinya, dalam memberikan informasi mengenai eksisting usahanya, begitu juga pada saat tim merencanakan waktu dan tempat kegiatan ikut memberikan alternatif waktu dan tempat pelaksanaan.

### Evaluasi Pelaksanaan dan Keberlanjutan Program

Sebagai dasar untuk evaluasi pelaksanaan program PKM ini, tim pengusul menetapkan keberhasilan pelaksanaan program dengan membandingkan, sebelum dan sesudah terlaksanaany program sebagai berikut :

SEBELUM		0SESUDAH
Pengetahuan dan Skill Komunikasi Bisnis (20 %)	➔	Pengetahuan dan Skill Komunikasi Bisnis (80%)
Pengetahuan dan Skill Konten Digital Marketing (50%)	➔	Pengetahuan dan Skill Konten Digital Marketing (90%)
Penyelenggaraan Podcast (0%)	➔	Penyelenggaraan Podcast (80%)

**Gambar. 5**

**Evaluasi Perbandingan Sebelum Dan Sesudah Pelaksanaan Pada Usaha Kecil Galleraj**

Atas dasar hasil evaluasi ini, tim pelaksana menetapkan kegiatan dengan pendekatan pendampingan untuk proses atau pelaksanaan komunikasi bisnis yang dilaksanakan mitra, baik secara internal dan eksternal, serta pendampingan penyempurnaan konten digital marketing, agar mitra dalam menjalankan usahanya tidak menghadapi kendala.

## **SIMPULAN**

Adapun Kesimpulan dari kegiatan Pendampingan Peningkatan Branding Fashion Galleraj Kampoeng Radjoet ini sebagai berikut : Pendampingan peningkatan *branding Fashion* ini terlaksana selama 3 bulan, kegiatan tersebut meliputi pelatihan strategi *integratic marketing communication*, pendampingan pembuatan podcast, *livestreaming*, dan *testimony* serta fasilitasi pembuatan podcast. Mitra sangat kooperatif menjalin Kerjasama dengan tim, mitra juga sangat memahami dan mampu menjalankan marketing digital dengan baik sehingga tercipta branding yang semakin dikenal dimedia sosial dan e-commerce.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terimakasih. kami sampaikan kepada Fisip Universitas Pasundan yang mendanai Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini, dan juga P2MPRD yang telah memberikan fasilitasi baik secara moril maupun materil.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Panduan Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Dosen Yang Melibatkan Mahasiswa Edisi I Fisip Unpas 2021
- Yanti Susila. 2014. Pengembangan Kompetensi Pemasaran Produk Rajut Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada UKM Rajut Binong Jati Di Kota Bandung. Penelitian Hibah DRPM Kemenristek Dikti.
- Berbagai Sumber Website /Seputar UMKM Kota Bandung/ yang di Olah, 2019 – 2021. Diakses Desember 2021.