

PROPOSAL KKN-PkM

**INOVASI PEMBUATAN DAN PEMASARAN HIJ-UP (HIJAB UP TO DATE)
MELALUI GARMEN NURUL JADID UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI
PESANTREN**



Ketua: Durratul Hikmah, S.S., M.Pd

NIDN: 0716078901

Anggota :

- | | | |
|-----------------------------------|-----|-----------|
| 1. Ariqotul Hafidhoh (1610100070) | 10. | Roviqotul |
| 2. Fatimatun Nur Jannah | | Mubaroka |
| (| | h |
| 1 | | (1621100 |
| 6 | | 077) |
| 2 | 11. | Siti Nur |
| 1 | | Hafifatul |
| 1 | | H. |
| 0 | | (1620802 |
| 0 | | 034) |
| 0 | 12. | Sitti |
| 5 | | Fatimatus |
| 3 | | Zahroh |
|) | | (1630500 |
| 3. Hasyisyatun Nurun N. | | 125) |

	(13.	Sri
	1	Wahyuni
	6	Dewi
	3	(1620801
	0	991)
	5 14.	Titis
	0	Qomariya
	0	h
	1	(1630304
	0	783)
	9 15.	Ummi
)	Hani
4. Husnul Khotimah (1610100075)		(1630304
5. Izzatul Imamah (1630500114)		830)
6. Lu'luatul Munawaroh	16.	Uswatun
	(Hasanah
	1	(1630304
	6	831)
	2 17.	Wilda
	0	Dzakiyah
	2	(1630304
	0	810)
	1 18.	Windy
	3	Claudya
	4	(1701008
	8	2)
)	
7. Mahmudatus Syarifah		
	(
	1	
	7	
	0	

1
0
2
4
4
)

8. Rafiatul Adabiyah (1621100074)

9. Rindy Verantika A.
(1621100076)

LEMBAGA PENERBITAN, PENELITIAN, DAN PENGABDIAN KEPADA
MASYARAKAT (LP3M)
UNIVERSITAS NURUL JADID
TAHUN 2019

**HALAMAN PENGESAHAN
PROPOSAL KKN-PKM**

Judul KKN-PKM : Inovasi Pembuatan dan Pemasaran Hij-Up (Hijab *Up to Date*) melalui Garmen Nurul Jadid untuk Meningkatkan Ekonomi Pesantren

1. Nama Ketua : Durratul Hikmah, S.S., M.Pd
 a. NIDN : 0716078901
 b. Jabatan/Golongan : -
 c. Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
 d. Nomor HP : +6282359138336

1. Anggota

No	Nama Anggota	Prodi	Fakultas	Tugas/ Bidang Ahli
1	Hasyisyatun Nurun Nisa'	MPI	Agama Islam	Penggali Data Lapangan
	Izzatul Imamah			
	Sitti Fatimatus Zahroh			
2	Rindy Verantika A	PS	Agama Islam	Negosiasi dengan mitra
	Fatimatun Nur Jannah			
	Rafi'atul Adabiyah			
3	Siti Nur Hafifatun H	Es	Agama Islam	Perancang Model produk
	Sri Wahyuni Dewi			
	Lu'luatul Munawwaroh	Hk		
4	Wilda Dzakiyah	Pai		Dokumentasi kegiatan
	Ummi Hani			
	Titis Qomariyah			
5	Windy Claudya	Ti		Design Pamphlet Pemasaran
	Mahmudatus Syarifah			

	Uswatun Hasanah	Pai		
6	Husnul Khotimah	Iqt		Pembuat Draft Laporan
	Ariqotul Hafidhoh			
	Rofiqotul Mubarakah	Ps		

2. Lokasi Kegiatan

- a. Desa/Wilayah/Pesantren : Nurul Jadid
- b. Kecamatan : Paiton
- c. Kabupaten : Probolinggo
- d. Provinsi : Jawa Timur
- e. Jarak PT ke Lokasi (km) : 200 m

3. Luaran Yang dihasilkan

(artikel/proceeding/HKI/dll) : publikasi berita dan video di media masa

Jangka Waktu Pelaksanaan : 4 Bulan

Biaya Total : Rp 5.000.000,-

Subsidi Unuja : RP 5.000.000,-

Iuran tambahan/Sumbangan : Rp -

Disahkan pada 15 Agustus 2019

Di Paiton

Mengetahui,

Kepala LP3M,

(Achmad Fawaid, M.A., M.A.)

NIDN. 2123098702

Ketua Tim,

(Durratul Hikmah, S.S.,M.Pd)

NIDN. 0716078901

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iv
ABSTRAK	1
BAB I PENDAHULUAN	2
A. Isu Aktual.....	2
B. Alasan Memilih Program.....	3
C. Riset Pendahuluan atau Basis Teori.....	4
BAB II STRATEGI AKSI DAN TARGET PROGRAM	8
A. Strategi Aksi.....	8
B. Target Program.....	11
BAB III KELAYAKAN PROGRAM.....	12
A. Keterlibatan Stakeholder.....	12
B. Resources yang Dimiliki	12
BAB IV ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL	16
A. Anggaran Biaya.....	16
B. Jadwal Kegiatan.....	18
DAFTAR PUSTAKA	20

ABSTRAK

Pondok pesantren Nurul Jadid merupakan salah satu pesantren yang memiliki beberapa bidang usaha seperti: Nurja Water, NJ Market (Koperasi Induk), Percetakan NJ serta Garmen NJ. Akan tetapi, dari sekian banyak bidang usaha yang ada masih membutuhkan inovasi baru supaya perekonomian pesantren dapat berkembang dengan pesat. Salah satu bidang usaha yang dapat meningkatkan perekonomian pesantren dengan pesat yaitu bidang usaha garmen.

Garmen adalah bidang usaha milik pesantren Nurul Jadid yang tergolong baru. Awalnya bidang usaha ini bernama “Keterampilan”, sebuah bidang usaha yang berdiri di tahun 1997, melayani jahit pakaian, permak, dan aneka kerajinan tangan lainnya. Saat ini, Garmen telah berjalan sekitar 1 tahun dan telah memproduksi sekian ribu baju dengan 16 penjahit. Akan tetapi problem ekologis saat ini yaitu produksi yang diterima hanya pesanan seragam sekolah saja. Padahal sebuah pesantren dengan beribu-ribu jumlah penduduknya serta berbagai macam aturan yang dimiliki tentunya membutuhkan berbagai atribut pakaian demi mematuhi aturan serta terwujudnya visi pesantren. Karenanya, kondisi yang terjadi pada garmen dapat dikategorikan belum bisa meningkatkan perekonomian serta mewujudkan visi pesantren. Selain itu, pemasaran hasil garmen hanya melalui relasi para penanggung jawab bidang usaha. Melihat kondisi tersebut, peserta KKN 2019 mengusulkan inovasi baru untuk menjalankan bisnis yang dapat meningkatkan perekonomian pesantren dan sebagai wujud dari visi pesantren yaitu dengan pembuatan dan pemasaran kerudung Hij-Up (Hijap Up to date) dengan berlabel pesantren Nurul Jadid yang bekerja sama dengan Garmen Nurul Jadid. Bisnis ini juga akan dipasarkan secara *offline* dan *online* sehingga dapat dinikmati oleh masyarakat dalam dan luar pesantren. Selain itu harapannya kerudung ini akan menjadi produk milik pesantren secara pribadi.

Program tersebut dijalankan melalui beberapa langkah penting, seperti *Planning* yang jelas dan analisis yang tinggi untuk mencapai suatu produk, *Organizing* untuk menetapkan, menggolongkan dan mengatur berbagai macam kegiatan, menetapkan tugas-tugas pokok kepada beberapa pihak yang dalam rangka mencapai tujuan organisasi., dan *Actuating* untuk menggerakkan seluruh orang yang terkait, untuk secara bersama-sama melaksanakan program kegiatan sesuai dengan bidang masing-masing dengan cara yang terbaik dan benar. Masing-masing langkah ini memiliki program jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang yang diharapkan bisa diselesaikan dalam durasi (kurang lebih) 4 bulan (Juli – Oktober 2019).

Katakunci: *Pembuatan hijab, Ekonomi Pesantren, Garmen Nurul Jadid*

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Isu Aktual

Pesantren adalah tempat dimana para santri mencari ilmu dan belajar untuk menjadi mandiri. Setiap pesantren pasti memiliki cara tersendiri untuk mengembangkan sebuah pesantren, baik dari segi sosial, pendidikan maupun perekonomian. Hal tersebut dilakukan untuk menjalankan semua rencana pesantren agar berjalan secara efektif dan efisien sesuai dengan visi dan misi pesantren. Seperti halnya yang telah dilakukan oleh pesantren Nurul Jadid.

Pondok pesantren Nurul Jadid merupakan salah satu pesantren yang memiliki beberapa bidang usaha seperti: Nurja Water, NJ Market (Koperasi Induk), Percetakan NJ serta Garmen NJ. Akan tetapi, dari sekian banyak bidang usaha yang ada masih membutuhkan inovasi baru supaya perekonomian pesantren dapat berkembang dengan pesat. Salah satu bidang usaha yang dapat meningkatkan perekonomian pesantren dengan pesat yaitu bidang usaha garmen.

Garmen adalah bidang usaha milik pesantren Nurul Jadid yang tergolong baru. Awalnya bidang usaha ini bernama “Keterampilan”, sebuah bidang usaha yang berdiri di tahun 1997, melayani jahit pakaian, permak, dan aneka kerajinan tangan lainnya. Bidang usaha ini sejak tahun berdirinya belum menemukan titik cahaya yang dapat membuatnya tetap berjaya. Seiring bergantinya penanggung jawab pada bidang usaha tersebut, berganti pula kejayaannya. Seringnya mengalami kegagalan pada usaha ini tidak membuat pengurus pesantren bagian pemangku bidang usaha putus asa dan gulung tikar. Terbukti sekitar tahun 2017, pemangku bidang usaha mulai menyusun rencana strategis untuk menghidupkan kembali usaha “Keterampilan” dengan mengganti nama menjadi “Garmen Nurul Jadid” dengan mengadopsi konsep usaha konveksi atau garmen pada umumnya.

Kini, Garmen Nurul Jadid diketuai oleh Bapak Rio (PPIC Garmen). Beliau berusaha menyusun strategi supaya usaha garmen ini tetap berjalan. Usaha garmen ini telah memproduksi sekian ribu baju dengan 16 penjahit. Akan tetapi problem yang terjadi saat ini yaitu produksi yang diterima hanya pesanan seragam sekolah saja. Padahal sebuah pesantren dengan beribu-ribu

jumlah penduduknya serta berbagai macam aturan yang dimiliki tentunya membutuhkan berbagai atribut pakaian demi mematuhi aturan serta terwujudnya visi pesantren. Karenanya, kondisi yang terjadi pada garmen dapat dikategorikan belum bisa meningkatkan perekonomian serta mewujudkan visi pesantren. Selain itu, pemasaran hasil garmen hanya melalui relasi para penanggung jawab bidang usaha.

Melihat kondisi tersebut, peserta KKN 2019 mengusulkan inovasi baru untuk menjalankan bisnis yang dapat meningkatkan perekonomian pesantren dan sebagai wujud dari visi pesantren yaitu dengan pembuatan dan pemasaran kerudung Hij-Up (Hijab Up to date) yang berinisial pesantren Nurul Jadid dengan bekerja sama dengan Garmen. Bisnis ini juga akan dipasarkan secara *offline* dan *online* sehingga dapat dinikmati oleh masyarakat dalam dan luar pesantren. Selain itu harapannya kerudung ini akan menjadi produk milik pesantren secara pribadi.

B. Alasan Memilih Program

Sebagai pesantren yang terus berkembang dan selalu berbenah untuk menjadi pesantren yang unggul pada setiap zamannya, pondok pesantren Nurul Jadid selalu berusaha mengembangkan seluruh aspek yang terdapat di dalam pesantren. Dari berbagai aspek tersebut, salah satunya adalah pengembangan di bidang usaha tepatnya pada garmen NJ.

Hadirnya garmen di tengah-tengah lingkungan pesantren ini dapat membantu menunjang perekonomian pesantren sekaligus perekonomian masyarakat sekitar pesantren, karena selain melibatkan tenaga kerja dari beberapa santri ada juga beberapa masyarakat sekitar yang ikut serta didalamnya.

Transisi Dari keterampilan yang hanya menyediakan jahit badge beralih pada garmen NJ menjadi bukti bahwa pondok pesantren Nurul Jadid tidak hanya mengasah para santri dari segi keilmuannya melainkan pada segi keterampilan yang bisa menjadi bekal ketika terjun di masyarakat.

Adanya garmen NJ yang baru berjalan kurang lebih satu tahun setelah beberapa tahun mengalami kevakuman hanya memproduksi seragam dan

almamater dari beberapa lembaga-lembaga yang ada di bawah naungan pondok pesantren Nurul Jadid menandakan bahwa bidang usaha ini memerlukan pengadaan tambahan produksi untuk menambah tingkat produktivitas. Adapun produksi yang dapat ditambahkan ialah dengan pembuatan hijab yang sedang menjadi trend muslimah saat ini.

Dengan maraknya beberapa fashion hijab yang sedang digalangkan oleh beberapa reseller hijab, dapat menjadi peluang besar bagi garmen NJ untuk ikut bersaing didalamnya karena objek sasaran pertama pada produk ini adalah para santriwati. Tidak menutup kemungkinan bahwa produksi yang dibuat oleh garmen NJ ini akan memiliki tempat dihati para santri dengan slogan “Cintai produk dalam pesantren”. Dengan kata lain, dari inisiatif diatas harapannya selain pesantren punya ciri khas fisik berupa hijab yang mempunyai brand yang tidak kalah dari beberapa hijab fashion yang ada, juga dapat membantu meningkatkan perekonomian pesantren dengan hadirnya produksi baru dari garmen NJ.

C. Riset Awal dan Basis Teori

Garmen adalah salah satu bidang usaha milik pesantren Nurul Jadid yang memproduksi barang-barang sandang khusus yaitu seragam sekolah. Garmen terletak digedung SMKNJ putri disekitar jalan menuju Kampus UNUJA. Tempat yang digunakan saat ini masih tidak terlalu luas hanya terdiri dari 2 ruangan. Ruangan pertama tempat pengukuran dan pembedelan, sedangkan ruangan yang ke 2 digunakan sebagai tempat menjahit. Tempat yang digunakan tidak terlalu luas karena persediaan mesin jahitpun tidak terlalu banyak. Menurut hasil wawancara, garmen buat kedepannya akan di tempatkan di tempat yang luas dengan satu linenya terdiri dari 50 mesin penjahit. Hal tersebut menjadi rencana besar garmen untuk meningkatkan perekonomian pesantren.

Seperti yang sudah sedikit diulas diatas, terbentuknya garmen membutuhkan proses yang cukup panjang dengan beberapa kegagalan. Rintangan-rintangan yang terjadi selama ini disebabkan oleh karyawan sendiri yang memilih keluar setelah mereka memahami betul bagaimana menjahit. Sehingga, akibat kegagalan-kegagalan tersebut, sistem pembuatan baju di garmen dirancang sedemikian rupa untuk menghindar akan keluarnya karyawan

yang memang sudah ahli. Seperti pendapat Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Schardorough dalam sebuah jurnal (Tejo Nurseto, *Ekonomi dan Pendidikan*) yang mengatakan bahwasannya kewirusahaan adalah “ *Suatu usaha untuk menciptakan nilai lewat pengenalan terhadap peluang bisnis, manajemen mengambil resiko yang cocok dengan peluang yang ada dan lewat kemampuan komunikasi dan manajemen memobilisasi manusia, keuangan, dan berbagai sumber daya yang diperlakukan untuk membawa suatu proyek sampai berhasil.*” Jadi, demi tetap berkembangnya usaha yang sudah dibentuk, memang akan menghadapi beberapa resiko yang dapat dijadikan evaluasi buat kedepannya agar usaha yang sudah dibuat dapat mencapai target pencapaian seperti yang sudah direncanakan.

Sistem yang digunakan buat saat ini di garmen disebut dengan kerja tim, maksud dari kerja tim yaitu dari ke 16 penjahit yang ada dibagi menjadi beberapa bagian yang ditugaskan untuk membuat satu potong dari bagian baju tersebut, seperti bagian pemotongan, pembuatan kera baju, tangan, dll dibedakan sesuai dengan keahliannya. Sehingga, dengan kerja tim tersebut dalam satu hari dapat menyelesaikan 150 baju. Kerja tim tersebut lebih efektif dari pada kerja sendiri maksudnya per-orang menyelesaikan satu buah baju.

Selama ini, garmen hanya membuat baju seragam dari lembaga formal pesantren sendiri dengan total keseluruhan 24000 baju seragam. Dengan adanya garmen sangat membantu pesantren dalam pembuatan seragam sekolah pesantren tanpa memesan seragam dari kalangan luar yang memang sangat mengeluarkan biaya banyak. Selain karyawan yang sudah ada, garmen juga akan merekrut beberapa santri yang memiliki bakat dijahit menjahit. akan tetapi, tidak segampang itu garmen merekrut orang, setiap orang yang berminat harus mengikuti pelatihan terlebih dahulu yang memang sudah disediakan dari pesantren sendiri. Pelatihan pertama terdiri dari 30 santri yang juga sudah mengikuti pelatihan ke 2. Setelah mengikuti pelatihan-pelatihan yang sudah ada, para santri tersebut dapat bergabung dengan bidang usaha garmen Nurul Jadid dan menjadi karyawan garmen.

Dalam teori ekonomi, berbagai jenis perusahaan dapat dipandang sebagai unit-unit badan usaha jika mempunyai tujuan yang sama, yaitu “*mencapai*

keuntungan yang maksimum”. Untuk tujuan ini, ia menjalankan usaha untuk yang bersamaan, yaitu mengatur penggunaan faktor-faktor produksi dengan cara yang seefisien mungkin sehingga, “*usaha memaksimalkan keuntungan dapat dicapai dengan cara yang dari sudut ekonomi dipandang sebagai cara yang paling efisien.*” Sedangkan keuntungan atau kerugian adalah perbedaan antara hasil penjualan dan biaya produksi. *Keuntungan diperoleh apabila hasil penjualan melalui dari biaya produksi, dan kerugian akan dialami apabila hasil penjualan kurang dari biaya produksi* (Sadono Sukirno, 2012: 192). *Keuntungan yang maksimum dicapai apabila perbedaan diantara hasil penjualan dan biaya produksi mencapai tingkat yang paling besar.* Dari teori ekonomi diatas jika dikaitkan dengan garmen dapat disimpulkan bahwasanya selama ini garmen ada bukan untuk mendapatkan keuntungan maksimum karena garmen yang ada selama ini hanya untuk mengurangi pengeluaran yang akan dikeluarkan oleh pesantren untuk pembuatan seragam. Jadi, keuntungan yang didapat tidak dapat dikatakan keuntungan yang maksimum.

Oleh karena itu, agar garmen mendapatkan keuntungan yang maksimum tanpa mengurangi pengeluaran pesantren, garmen membutuhkan inovasi baru untuk pembuatan produk yang dapat dipasarkan melalui beberapa cara yang strategis sehingga dapat meningkatkan perekonomian pesantren. Sebagai wujud dari kreativitas dan inovasi yang telah direncanakan, produksi yang akan dibuat yaitu produk Hij-up (Kerudung). Melihat beberapa tahun terakhir, hijab menjadi sesuatu yang kembali ngetren di Indonesia dengan warna dan model yang sangat fashionable, pembuatan produk hijab dengan inovasi yang berbeda dirasa dapat membantu garmen dalam mengembangkan kreativitas dan inovasi garmen sendiri. Seperti pendapat Buhori Alma (2010), “*Kreativitas adalah Menghadirkan suatu gagasan baru*” sedangkan “*Inovasi adalah menerapkan secara praktis gagasan yang kreatif*”. Dari gagasan diatas dapat disimpulkan bahwasanya inovasi merupakan tindak lanjut dari kreativitas dan keduanya merupakan partner yang selalu menjadi satu kesatuan. Selain itu, kerudung terbuat dari bahan kain yang juga mudah didapat, harga pun tidak terlalu mahal. Untuk melakukan bisnis tersebut, peserta KKN 2019 berinisiatif membuat

kerudung dengan merek **Hij-Up** singkatan dari **hijab up to date** by NJ collection.

Pemasaran yang akan dilakukan mengikuti sistem pasar bebas. Karena di permulaan abad ke 20 kebanyakan ahli-ahli ekonomi berkeyakinan bahwa sistem pasar bebas merupakan sistem ekonomi yang mewujudkan kegiatan ekonomi yang paling efisien. Pandangan ini dipelopori oleh Adam Smith, (2012:395) yang dikemukakan dalam bukunya yang sangat terkenal: *“An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations”* yang dapat diartikan sebagai berikut: *dalam sistem ekonomi saat ini kegiatan dalam perekonomian sepenuhnya diatur oleh mekanisme pasar atau invisible hand. Interaksi di antar penjual dan pembeli di pasar (pasar barang dan pasar faktor produksi) akan menentukan corak produksi nasional yang diwujudkan dan caranya produksi nasional tersebut dihasilkan.* yang diterbitkan pada tahun 1776. Selain itu, promosi kerudung juga dapat dilakukan secara online.

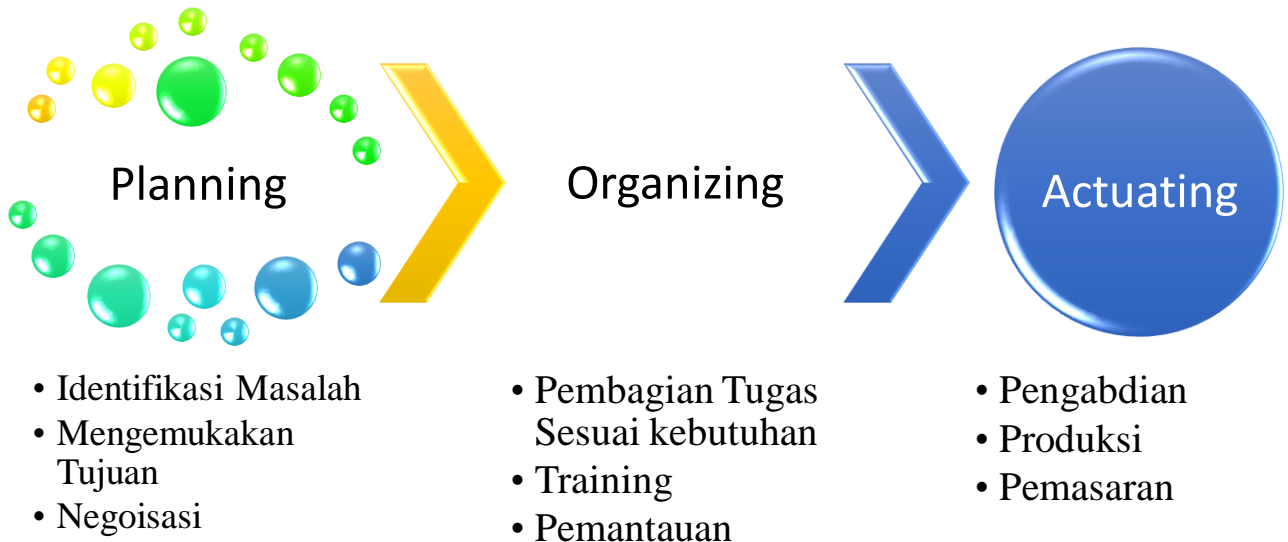
Dari paparan diatas dapat diambil kesimpulannya bahwasanya permasalahan di garmen saat ini membutuhkan inovasi baru untuk pembuatan beberapa jenis bahan sandang kain yang dapat di pasarkan secara luas untuk menambah pemasukan pesantren demi berjalannya pembangunan-pembangunan gedung di Pondok Pesantren Nurul Jadid.

BAB II

STRATEGI AKSI DAN TARGET PROGRAM

A. Strategi aksi

Untuk merealisasikan program yang akan dilaksanakan, maka membutuhkan beberapa strategi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Berikut adalah gambar strategi yang akan kami kerjakan selama proses KKN (Kuliah Kerja Nyata) / PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat)



Gambar 2.1 Rancang Bangun Strategi Aksi

Strategi pertama, *Planning*, ialah langkah awal dari sebuah produk yang akan dibuat dan dipasarkan, sehingga membutuhkan tujuan yang jelas dan analisis yang tinggi untuk mencapai suatu produk.

1. Identifikasi masalah, demi kelancaran program KKN yang dilaksanakan di pondok pesantren Nurul Jadid, perlu dilakukan identifikasi masalah dengan melakukan observasi pada kondisi pesantren yang memerlukan perbaikan. Dari observasi ditemukan adanya bidang usaha baru yang membutuhkan inovasi terbaru agar pesantren dapat memperoleh kebermanfaatannya.

Karenanya, diusulkan sebuah inovasi produksi yang dapat memenuhi kebutuhan pesantren serta dapat meningkatkan perekonomiannya.

2. Tujuan utama dari program KKN ini adalah pembuatan kerudung bermerk HIJ-UP melalui Garmen Nurul Jadid sebagai upaya membantu pesantren dalam meningkatkan ekonomi dan dapat menjadikan produk HIJ-UP sebagai sebuah produk unggul yang dimiliki oleh pesantren sehingga dapat menarik perhatian masyarakat sekitar khususnya alumni dari segi kreatifitas maupun pemasaran dan menjadi suatu alat untuk berdakwah melalui produk HIJ-UP. Selain itu, program ini dapat melatih soft skill mahasiswa di bidang keterampilan dan berwirausaha
3. Untuk mencapai tujuan program KKN, dibutuhkan usaha membangun kerja sama dalam bentuk negosiasi dengan pihak Garmen Nurul Jadid. Usaha ini dilakukan untuk merelevansikan tujuan program KKN dengan penyedia layanan produksi.

Strategi kedua, *organizing*, strategi ini merupakan langkah untuk menetapkan, menggolongkan dan mengatur berbagai macam kegiatan, menetapkan tugas-tugas pokok kepada beberapa pihak yang dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Oleh karena itu langkah-langkah yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Peserta KKN Nurul Jadid melakukan kerjasama dengan pihak bidang usaha melalui inovasi pembuatan dan pemasaran hij-up untuk meningkatkan ekonomi pesantren selama kurang lebih 4 bulan. Pelaksanaan kegiatan ini melibatkan garmen Nurul Jadid dan bagian bidang usaha untuk kelanjutan proyek pasca kegiatan. Dalam hal ini peserta KKN/PKM melakukan beberapa pekerjaan dari pembuatan model, pemilihan bahan/ kain, penjahitan, pengecekan barang, pengepakan, sampai pemasaran. Sedangkan dari pihak garmen memberi pelatihan penjahitan dan sebagai penyedia tempat dan alat dalam membuat produk.
2. Kegiatan training ini merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pihak garmen untuk memberi pengetahuan tentang bagaimana proses metode penjahitan

kepada peserta KKN/PKM. Pada kegiatan ini pula peserta KKN/PKM mendatangkan narasumber dari luar untuk member pelatihan tentang pemasaran melalui media online.

3. Dalam langkah ketiga ini peserta KKN/PKM universitas nurul jadid melakukan pemantauan dari pembuatan model, pemilihan bahan, pembuatan produk, kelayakan produk sampai pemasaran, dari in-put sampai pada out-come produk yang dibuat.

Strategi ketiga, *Actuating*, strategi ini merupakan usaha menggerakkan seluruh orang yang terkait, untuk secara bersama-sama melaksanakan program kegiatan sesuai dengan bidang masing-masing dengan cara yang terbaik dan benar.

Jadi dalam strategi pelaksanaan ini langkah-langkah yang dapat kita lakukan ialah sebagai berikut:

4. Pengabdian

Dalam hal ini peserta KKN/PKM turut membantu segala kegiatan yang ada dalam garmen sebagai bentuk pengabdian yang dilakukan oleh peserta KKN/PKM tersebut.

5. Produksi

Peserta KKN/PKM Universitas Nurul Jadid memproduksi hijab yang belum ada di pasaran dengan merk Enje Collection peserta KKN juga memberikan pilihan warna dan model yang menarik kepada konsumen. Proses produksi tidak dilakukan sewaktu-waktu saja namun berjalan terus menerus melalui tahap-tahap sebagai berikut:

- a. Observasi
- b. Pemilihan bahan (kain)
- c. Pembuatan
- d. Pengecekan barang
- e. Pengepack-an
- f. Pemasaran.

6. Pemasaran

Baru-baru ini khalayak umum telah banyak mengenal berbagai macam hijab dengan berbagai jenis kain, model serta merknya. Namun, kali ini peserta KKN Unuja memiliki inovasi pembuatan hijab yang akan menjadi produk pesantren Nurul Jadid.

Dalam hal ini proses pemasaran yang akan dilakukan oleh peserta KKN Unuja tersebut melalui dua cara, yaitu: pertama, melalui pemasaran offline. Yaitu dengan memasarkan di area pondok pesantren nurul jadid, Setelah itu target selanjutnya ialah masyarakat sekitar pondok pesantren. Kedua melalui media online seperti facebook, instagram, watsapp, telegram dsb, untuk mempermudah akses pembelian dan pemesanan.

B. Target Program

No.	Jenis Luaran	Indikator Pencapaian
Luaran Wajib		
1	Produksi Hij-Up By Enje Collection	Terbit
2	Publikasi pada media massa/cetak/online	Terbit
3	Peningkatan ekonomi pesantren	Penerapan
4	Jasa: pelatihan desain dan menjahit	Metode
5	Membantu perekonomian masyarakat sekitar	Penerapan

BAB III

KELAYAKAN PROGRAM

A. Keterlibatan Stakeholder

1. Pondok pesantren Nurul Jadid, Pondok Pesantren Nurul Jadid adalah lembaga yang berbasis di desa Karanganyar, Paiton, Probolinggo . Lembaga ini adalah lembaga yang terpenting, karena lembaga ini menjadi media dalam meningkatkan perekonomian pesantren, salah satunya dalam pemasaran Hijab . Dalam Konteks program ini garmen diharapkan dapat membantu dalam pembuatan hijab. Bagaimanapun juga pondok pesantren nurul jadid mempunyai kepentingan untuk tetap terlibat dalam meningkatkan perekonomian pondok pesantren nurul jadid.
2. Universitas Nurul Jadid, UNUJA ini memiliki kepentingan utama yaitu menciptakan kekreatifan santri dalam meningkatkan kewirausahaan pesantren, bentuk keterlibatan dalam program ini diharapkan bisa mengembangkan kekreatifan santri yaitu dalam pembuatan Hijab (up to date)
3. Biro Usaha, biro usaha ini diharapkan dapat bekerja sama dalam meningkatkan perekonomian pesantren, serta bisa mengembangkan program kami yaitu Hijab (up to date), dan diharapkan untuk biro usaha ini dapat meneruskan Hijab (up to date) setelah kami selesai mengembangkan program ini.
4. Toko, berperan penting dalam pemasaran Hij up (up to date) yang mana kami akan memasarkan Hij Up ini disemua Konfeksi di Nurul Jadid, serta akan mempromosikannya ke semua wilayah di Nurul Jadid, dan dipasarkan secara online.

B. Resource yang dimiliki

Lembaga penerbitan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat (LP3M) sudah sejak lama menyelenggarakan program ini, yaitu memperdayaan baik yang berhubungan dengan memperdayaan komunitas, layanan komunikasi dan keagamaan program bina desa unggul, pengembangan teknologi tepat guna dan ramah lingkungan penerbitan hak paten, dan publikasi mengingat LP3M universitas Nurul Jadid selama ini

lebih banyak memfokuskan programnya pada pemberdayaan dibidang sosial-keagamaan maka beberapa sumber daya yang diharapkan muncul adalah sebagai berikut

1. Meningkatkan perekonomian pesantren dalam pembuatan Hijab (up to date) yang bekerja sama dengan garmen Nurul Jadid
2. Agar santri ikut serta berpartisipasi dalam mensukseskan penjualan produk
3. Menambah produk di garmen Nurul Jadid
4. Meningkatkan kekreatifan santri Nurul Jadid

Komposisi tim Fasilitator program ini terdiri atas seorang ketua tim dan dibantu oleh 1(satu) orang yang mempunyai tugas garapan sendiri yaitu dibidang teknologi dan pemasaran adapun susunan selengkapnya dari fasilitator dalam program pemberdayaan ini adalah:

Ketua : Durratul Hikmah, S.S., M.Pd

: Latar belakang di bidang pendidikan dan metodologi riset yang sesuai dengan program KKN. Selain itu, memiliki kemampuan bahasa asing yang berpotensi untuk pemasaran produk di kancah internasional.

: Mendapatkan pendanaan dari Kementrian Riset dan Teknologi dalam hibah penelitian Dosen tingkat Nasional.

Anggota :

1. Nama: Ummi Hani
Prodi : PAI
Peran : Tim Pemasaran
2. Nama: Wilda Dzakiyah
Prodi : PAI
Peran : Tim Pemasaran
3. Nama: Uswatun Hasanah
Prodi : PAI
Peran : Tim Desain
4. Nama: Titis Qomariyah
Prodi : PAI
Peran : Tim Produksi
5. Nama: Izzatul Imamah
Prodi : MPI

- Peran : Tim Pemasaran
6. Nama: Hasyisyatun Nurun N.
Prodi : MPI
Peran : Tim Pemasaran
 7. Nama: Siti Fatimatus Zahroh
Prodi : MPI
Peran : Tim Produksi
 8. Nama: Husnul Khotimah
Prodi : IQT
Peran : Tim Desain
 9. Nama: Ariqotul Hafidhah
Prodi : IQT
Peran : Tim Produksi
 10. Nama: Mahmudatus Syarifah
Prodi : TI
Peran : Tim Desain
 11. Nama: Windy Claudya
Prodi : TI
Peran : Tim Desain
 12. Nama: Rindy Verantika A.
Prodi : PS
Peran : Tim Produksi
 13. Nama : Roviqotul Mubarokkah
Prodi : PS
Peran : Tim Produksi
 14. Nama: Rofi'atul Adabiyah
Prodi : PS
Peran : Tim Pemasaran
 15. Nama: Fatimah Nur Jannah
Prodi : PS
Peran : Tim Pemasaran

16. Nama : Sri Wahyuni Dewi
Prodi : ES
Peran : Tim Desain
17. Nama : Siti Nur Hafifatul H.
Prodi : ES
Peran : Tim Desain
18. Nama : Lu'luatul Munawwaroh
Prodi : HK
Peran : Tim Produksi

BAB IV

ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL PELAKSANAAN

A. Anggaran Biaya

Program ini membutuhkan dana sebanyak Rp. 5.000.000,- (*Lima Juta Ribu Rupiah*). Sumber dana diharapkan berasal dari dana Tunjangan Universitas Nurul Jadid dan dana dari peserta KKN (Kuliah Kerja Nyata). Adapun rincian rencana anggaran adalah sebagaimana berikut.

Judul KKN dan PKM : *Inovasi Pembuatan dan Pemasaran Hij-up (Hijab Up to date) melalui garmen Nurul Jadid untuk meningkatkan Ekonomi Pesantren.*

Ketua Tim : Durratun Hikmah.S.S., M.Pd

Pangkat/Gol. :

NIDN :0716078901

A	SHORT COURSE	BANYAKNYA	SATUAN	HARGA SATUAN	JUMLAH
1	Biaya Short Course PKM	1	Orang	1.250.000	1.250.000
	Jumlah				1.250.000
B.	ADMINISTRASI	BANYAKNYA	SATUAN	HARGA SATUAN	JUMLAH
1	Laporan proposal	1	Buah	20.000	20.000
2	Laporan Akhir	1	Buah	50.000	50.000
3	ATK	10	Buah	20.000	200.000
4	Sertifikat	75	Lembar	2000	150.000
	Jumlah				420.000

C.	FUNGSIONALISASI	BANYAKNYA	SATUAN	HARGA SATUAN	JUMLAH
1	Kain	2	Roll	500.000	1.000.000
2	Nama Brand	2	Roll	300.000	600.000
3	Lebel Harga	100	Pasang	3.000	300.000
4	Katalog	5	Lembar	2000	10.000
5	Pulsa dan kuota internet	2	Orang	200.000	400.000
Jumlah					2.310.000
D.	TRANSPORTASI DAN DOKUMENTASI	BANYAKNYA	SATUAN	HARGA SATUAN	JUMLAH
1	Transportasi				820.000
2	Dokumentasi				200.000
Jumlah					1.020.000
JUMLAH TOTAL					5.000.000
<i>Terbilang: Lima Juta Ribu Rupiah</i>					

B. Jadwal Pelaksanaan

JADWAL KEGIATAN

PROGRAM KKN – PKM

No	Program Kerja	Bulan															
		Agustus				September				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Mitra																
2	Negosiasi dengan garment																
3	Persiapan Bahan																
4	Belanja Bahan																
5	Produksi Hij-Up																
6	Promosi via Offline																
7	Pemasaran via Offline																

8	Pendistribusian Produk																	
9	Promosi Via Online																	
10	Pemasaran Via Online																	
11	Evaluasi Produk																	
12	Pengumpulan Data																	
13	Membuat Draf Laporan																	
14	Perbaikan Laporan																	
15	Penggandaan Laporan Akhir																	
16	Pengiriman Laporan Akhir																	

REFERENSI

- Buhori Alma. 2010. *Kewirausahaan : Untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: ALFABETA.
- Robi. 2015. CONTOH LAPORAN KEWIRAUSAHAAN. Diakses pada tanggal 5 Agustus 2019. <http://blackhole24.blogspot.co.id/2015/03/contoh-laporan-kewirausahaan.html>
- Sukimi, Sadono. 2012. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*.(Jakarta: Rajagrafindo Persada).
- Tejo Nurseto, *Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh*, Vol 1, Nomor 1, Februari 2004.