

## PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN USAHA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS PANCASILA DENGAN KONSEP KOREAN FASHION STYLE UNTUK PEREMPUAN BERHIJAB

Widyaningsih Azizah<sup>1</sup>, Nelyumna Rizal<sup>2</sup>, Indra Ade Irawan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasila

*e-mail*: widyaningsih\_azizah@univpancasila.ac.id

### Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan pengembangan usaha kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pancasila dengan konsep Korean Fashion Style untuk perempuan berhijab. Pendampingan dilakukan secara komprehensif mulai dari penyusunan rencana usaha hingga pemasaran produk. Melalui pendampingan ini, mahasiswa memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan dukungan yang diperlukan untuk mengembangkan usaha dengan memadukan tren Korean Fashion Style dan kebutuhan perempuan berhijab di Indonesia. Kegiatan dimulai dengan identifikasi fenomena viral Korean Wave di Indonesia, khususnya minat terhadap drama Korea dan gaya berpakaian karakter perempuan di dalamnya. Tahapan pendampingan meliputi pengembangan ide bisnis, produksi, dan operasional usaha, serta strategi pemasaran. Dalam produksi awal, dilakukan dengan jasa re-label dari mitra bisnis, Konveksi Key Clothing, sementara rencana jangka panjang adalah memproduksi secara mandiri. Arnala, merek usaha yang dihasilkan dari pendampingan ini, mengusung konsep Korean Fashion Style yang ramah hijab. Produk-produk seperti Overall Jumpsuit, Collar Fleece Jacket, dan Overall Dress disediakan untuk memenuhi kebutuhan fashion perempuan berhijab. Arnala mengedepankan nilai-nilai seperti perhatian terhadap detail, kenyamanan, rasa percaya diri, dan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen. Strategi pemasaran Arnala mencakup penggunaan Instagram ads dengan tawaran diskon pembelian pertama, paket bundling, serta penjualan offline di lokasi publik dan melalui platform e-commerce. Dengan adanya pendampingan, mahasiswa FEB Universitas Pancasila diharapkan dapat mengembangkan bisnis Arnala secara berkelanjutan, mendorong inovasi, dan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan. Kegiatan ini memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan wirausaha muda di bidang fashion dengan menggabungkan tren global Korean Fashion Style dengan kebutuhan lokal perempuan berhijab di Indonesia.

**Kata kunci:** Pendampingan, Pengembangan Usaha, Mahasiswa, Korean Fashion Style, Perempuan

### Abstract

This community service activity aims to provide business development assistance to Pancasila University students of the Faculty of Economics and Business (FEB) with the concept of Korean Fashion Style for women who wear hijab. Assistance is carried out in a comprehensive manner starting from the preparation of business plans to product marketing. Through this assistance, students gain the knowledge, skills and support needed to develop a business by combining the trend of Korean Fashion Style and the needs of women who wear hijab in Indonesia. The activity began with identifying Indonesia's viral Korean Wave phenomenon, especially the interest in Korean dramas and the female characters' clothing styles. The mentoring phase includes the development of business ideas, production and business operations, and marketing strategies. The initial production was done with re-labelling services from a business partner, Key Clothing Convection, while the long-term plan is to produce independently. Arnala, the business brand resulting from this assistance, carries the concept of a hijab-friendly Korean Fashion Style. Products such as Overall Jumpsuits, Collar Fleece Jacket, and Overall Dress are provided to meet the fashion needs of women who wear hijab. Arnala promotes values such as attention to detail, comfort, confidence, and understanding of consumer needs. Arnala's marketing strategy includes using Instagram ads with offers of first-purchase discounts, bundling packages, and offline sales in public locations and through e-commerce platforms. With assistance, Pancasila University FEB students are expected to be able to develop Arnala's business sustainably, encourage innovation, and improve the quality of the products offered. This activity positively contributes to the development of young entrepreneurs in the fashion sector by

combining the global trend of the Korean Fashion Style with the local needs of women who wear the hijab in Indonesia.

**Keywords:** Assistance, Business Development, Students, Korean Fashion Style, Wome

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, salah satunya adalah memperluas kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja. (Azizah, Thalib, et al., 2022), (Damayanti et al., 2021). Selain itu, UMKM juga berkontribusi pada beberapa tujuan dalam Sustainable Development Goals (SDGs). Diantaranya pada tujuan nomor 1 yaitu tidak ada kemiskinan, bahwa UMKM dapat membantu mengurangi kemiskinan dengan menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. SDGs tujuan nomor 8, pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan pekerjaan layak, bahwa UMKM dapat membantu mencapai tujuan ini dengan menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan produktivitas dan kualitas produk. SDGs tujuan nomor 10, pengurangan ketimpangan, bahwa UMKM dapat membantu mencapai tujuan ini dengan memberikan kesempatan yang sama kepada masyarakat yang kurang mampu dan terpinggirkan.

UMKM merupakan usaha yang mampu bertahan dan menyesuaikan diri ketika terjadi pandemic COVID-19. Pandemi COVID-19 yang baru saja terjadi tentunya tidak hanya berdampak pada sector Kesehatan namun juga pada ekonomi global (Azizah, Fredy, et al., 2023), (Muhyidin et al., 2021), (Azizah, 2022), (Azizah, Fredy, & Zoebaedi, 2022), (Azizah et al., 2021), (Azizah, 2021). Permasalahan yang dihadapi UMKM ketika terjadinya krisis ekonomi nasional ataupun ekonomi global diantaranya adalah ketidakmampuan untuk segera menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar. Melalui media digital sebenarnya pelaku UMKM dapat mencari informasi terkait fenomena viral yang digemari konsumen sebagai modal dalam pengembangan usahanya.

Mahasiswa FEB – Universitas Pancasila adalah mahasiswa yang diharapkan dapat menjadi wirausahawan. Adaptif terhadap teknologi adalah kekuatan utama bagi pelaku usaha muda ini. Pendampingan pengembangan usaha mahasiswa FEB – UP merupakan salah satu kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tujuan dari pendampingan usaha bagi wirausahawan muda adalah untuk membantu mereka dalam mengatasi tantangan dan kesulitan yang mungkin mereka hadapi dalam memulai ataupun menjalankan usaha mereka. Permasalahan UMKM tidak hanya terjadi pada saat usahanya sudah berjalan, misalnya terkait pembukuan keuangan. Padahal melalui pembukuan keuangan, akan terpotret angka laba yang umumnya menjadi perhatian bagi investor (Azizah, 2017a), (Azizah, 2017b), (Cahyo et al., 2022), (Azizah et al., 2019), (Azizah, Bantasyam, et al., 2020), (Azizah, Zoebaedi, et al., 2020), (Azizah, Murni, et al., 2022), (Azizah, Fredy, & Wahyoeni, 2022). Investor tentunya akan tertarik untuk menanamkan usaha bagi UMKM yang memiliki prospek yang baik. Selain itu, masalah UMKM lainnya adalah terkait pengembangan ide dan konsep bisnis menjadi hal penting dalam pengembangan usaha UMKM (Azizah, Widyawati, et al., 2023). Selain itu dengan adanya pendampingan akan memupuk motivasi. Motivasi akan dijadikan sebagai penentu kualitas perilaku yang ditampilkan orang atau pelaku usaha tersebut (Putri et al., 2023). Sehingga dengan adanya pendampingan bagi pengembangan usaha mahasiswa FEB – UP diharapkan dapat memberikan bimbingan, saran, dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengembangkan usaha.

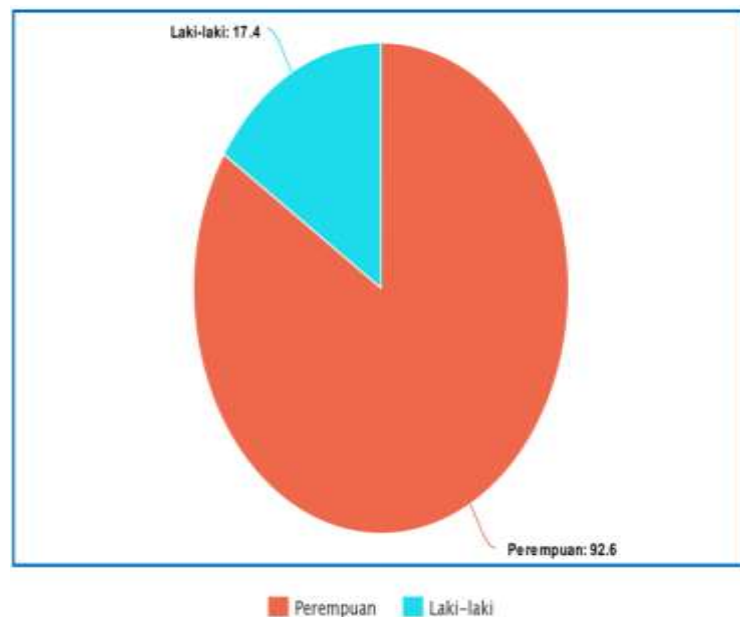
## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan cara pendampingan usaha. Pendampingan usaha bagi wirausahawan muda merupakan suatu kegiatan yang penting dalam membantu mereka untuk mengembangkan usahanya. Melalui pendampingan, wirausahawan muda dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan dukungan yang diperlukan untuk mengatasi tantangan dan kesulitan dalam berwirausaha. Dalam hal ini pendampingan tahap awal dilakukan dengan mengidentifikasi fenomena viral saat ini yang menjadi tren bagi kalangan muda. Tahapan selanjutnya yang dilakukan dalam mendampingi calon usahawan muda adalah mengidentifikasi ide dan konsep bisnis, kemudian pengembangan produksi dan operasional usaha. Selanjutnya pendampingan media pemasaran usaha. melalui pendampingan, wirausahawan muda juga akan mendapatkan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam berwirausaha.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Penandatanganan nota kesepahaman (Memorandum of Agreement) Pengembangan Ide dan Konsep Bisnis

Dewasa ini perkembangan teknologi yang pesat menyebabkan terjadinya globalisasi. Salah satu dampak yang dirasakan dari globalisasi adalah penyebaran informasi dan budaya antar wilayah di seluruh penjuru dunia yang terjadi dengan cepat. Hal ini dapat kita lihat dalam fenomena Hallyu atau Korean Wave. Di Indonesia, fenomena Korean Wave diterima secara baik oleh sebagian besar masyarakat. Penjelasan yang dilakukan oleh Pusparisa (2020) yang menyadur dari survei yang dilakukan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) pada tahun 2020, masyarakat Indonesia menonton drama korea lebih dari enam kali dalam sepekan. Dari 842 responden itu, 41,3% responden menonton seri drama Korea lebih dari enam kali selama seminggu. Mayoritas perempuan yang menonton seri drama Korea tersebut, dengan persentase 92,6%, seperti yang tampak pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Persentase Penonton Drama Korea Berdasarkan Jenis Kelamin

Salah satu hal yang mencuri perhatian para penikmat seri drama korea adalah gaya berpakaian para karakter perempuan yang terdapat pada seri tersebut. Mereka kerap kali menampilkan gaya berpakaian khas orang korea atau yang biasa dikenal dengan istilah Korean fashion style. Ciri khas desain yang dimiliki oleh Korean fashion style untuk perempuan adalah warna pastel yang mendominasi, memiliki tampilan feminim, dan mudah dipadupadankan (versatile). Ciri khas desain yang dimiliki oleh gaya berpakaian ini menjadi faktor utama mengapa dalam beberapa tahun terakhir Korean fashion style menjadi populer di Indonesia.

Jika dicermati dengan penduduk Indonesia yang mayoritas beragama muslim, masih belum banyak brand pakaian yang memadukan Korean fashion style dengan busana yang sesuai dengan kebutuhan perempuan berhijab. Maka dari itu hal ini dapat dijadikan sebuah peluang bisnis yang menjanjikan. Pendampingan ketika mengembangkan ide dan konsep bisnis kepada mahasiswa FEB – UP tampak pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. Pendampingan Pengembangan Ide dan Konsep Bisnis

## 2. Penentuan Nama Brand Usaha

Arnala merupakan brand fashion yang mengusung konsep Korean fashion style untuk perempuan berhijab. Di mana umumnya produk Korean fashion style memiliki ukuran yang fit atau pas di tubuh yang menunjukkan lekukan tubuh. Sehingga hal ini menjadi masalah bagi perempuan berhijab yang gemar dengan trend Korean fashion style, maka dari itu Arnala memadukan antara konsep Korean fashion style dengan kebutuhan pakaian perempuan berhijab. Selain itu, Arnala terus berupaya untuk berinovasi menghasilkan produk Korean fashion style yang trendy sehingga konsumen yang mengenakan produk Arnala akan merasa percaya diri dan puas akan kualitas produk yang ditawarkan.

Adapun visi dari merek Arnala adalah menjadikan brand fashion Arnala sebagai mitra dan solusi bagi masyarakat atas kebutuhan dalam produk busana yang memadukan Korea Fashion Style yang hijab friendly. Misinya adalah menjual dan mendistribusikan produk busana ready to wear yang hijab friendly, Berfokus pada kualitas produk dan kepuasan pelanggan, Berinovasi dalam menciptakan produk busana yang trendy, dan melakukan perluasan usaha agar dapat berkontribusi bagi masyarakat dalam menciptakan lapangan kerja. Dokumentasi pendampingan untuk pengembangan brand Arnala adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Pendampingan Pengembangan Brand Usaha

Arnala merupakan sebuah brand fashion yang dijalankan secara offline dan online yang berfokus pada produk Korean fashion style sesuai dengan kebutuhan perempuan berhijab. Arnala berasal dari bahasa Sanskerta yang memiliki arti ombak. Pemilihan brand Arnala sebagai brand fashion yang akan

dijalankan memiliki dua makna, yaitu makna pertama adalah karena Arnala mengusung konsep Korean fashion style yang merupakan salah satu hasil dari Korean Wave, dan yang kedua adalah diharapkan Arnala dapat menjadi ombak menuju kesuksesan bagi semua pihak yang terlibat dalam perkembangan brand Arnala. Adapun brand value yang dimiliki oleh Arnala adalah sebagai berikut :

a. Attention to detail

Dalam setiap produk yang dihasilkan, Arnala memperhatikan kualitas dan desainnya sehingga konsumen akan merasa puas dengan produk yang telah dibeli.

b. Comfort

Arnala menggunakan bahan dan kain dengan kualitas yang tinggi sehingga pakaian akan terasa nyaman saat dikenakan.

c. Confidence

Arnala selalu berinovasi dalam menciptakan produk yang trendy sehingga meningkatkan rasa percaya diri saat dikenakan konsumen.

d. Understanding

Arnala menyediakan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen yang ada dilengkapi dengan pelayanan yang baik.

Adapun produk yang Arnala sediakan adalah berbagai macam pakaian untuk perempuan berhijab yang mengusung konsep Korean fashion style, di antara lain Overall Jumpsuit, Collar Fleece Jacket, Overall Dress.

### 3. Rencana Produksi dan Operasional

Tahap awal dalam produksi Arnala adalah dengan menggunakan jasa re-label. Jasa re-label merupakan jasa pembuatan produk untuk konsumen dengan mengganti label produk brand fashion mereka dengan label brand fashion milik konsumen. Konveksi Key Clothing memiliki anak perusahaan berupa brand fashion ready to wear, selain itu mereka juga menawarkan jasa re-label. Maka untuk tahapan awal produksi pakaian Arnala akan menggunakan jasa re-label yang ditawarkan oleh konveksi Key Clothing . Namun, untuk tahapan selanjutnya diharapkan Arnala dapat melakukan ekspansi bisnis dengan cara memproduksi pakaian secara mandiri.



Gambar 4. Produk Fashion Re-Label dari Key Clothing

Langkah operasional yang telah disusun dalam upaya mengembangkan usaha brand Arnala adalah sebagai berikut:

- Memesan produk re-label dari Key Clothing sesuai dengan catalog yang telah dipilih.
- Memasarkan produk secara offline maupun online melalui media sosial dan e-commerce.
- Mengirim produk secara langsung/COD/menggunakan jasa eskpedisi yang telah disediakan oleh mitra e-commerce.

### 4. Pemasaran Produk

Dalam melakukan pemasaran Arnala akan memasarkan produk menggunakan fitur Instagram ads, adapun strategi yang akan di lakukan adalah sebagai berikut:

- a. Diskon untuk pembelian pertama.
- b. Bundling package, mendapatkan sekaligus 2-3 produk dengan harga yang lebih murah dibandingkan membeli satuan.
- c. Arnala akan melakukan penjualan secara offline di tempat publik yang padat pengunjung seperti GOR Pakansari di Cibinong. Selain itu Arnala juga menggunakan e-commerce sebagai tempat penjualan secara online.

## SIMPULAN

Pendampingan bagi pelaku usaha baru, dalam hal ini adalah calon wirausahawan FEB - UP sangat penting untuk membantu pelaku usaha memulai dan mengembangkan bisnisnya. Pendampingan pengembangan usaha mahasiswa FEB – UP dilakukan dalam tahap yang komprehensif terkait penyusunan rencana usaha. Dengan bantuan pendampingan, mahasiswa FEB – UP memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menyusun rencana usaha yang baik dan memperoleh ide untuk memulai bisnis. Dengan mencermati fenomena viral dimana drama Korea sangat disenangi di Indonesia dan fashion artis Korea yang sangat digandrungi maka terbentuk brand usaha mengusung konsep Korean Fashion Style untuk Perempuan Berhijab yang bernama Arnala. Dengan adanya pendampingan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini harapannya agar Arnala dapat mengembangkan usahanya menjadi lebih baik lagi, melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas produk.

## SARAN

Saran-saran yang dapat diberikan untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya hendaknya mengembangkan program pelatihan kewirausahaan yang lebih mendalam dengan mencakup topik secara holistik seperti manajemen bisnis, keuangan, studi kelayakan bisnis, *supply chain management* dan pengembangan produk, sehingga membantu calon wirausahawan FEB - UP dalam memahami aspek-aspek kritis dalam menjalankan usaha.
2. Kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya hendaknya mulai merekomendasikan untuk untuk mengembangkan inkubator bisnis yang berfokus pada perkembangan industri terbaru di era digital, sehingga dapat menjadi wadah bagi calon wirausahawan untuk mengembangkan ide, mengakses sumber daya, dan mendapatkan dukungan yang diperlukan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih kepada Rektor dan Para Wakil Rektor Universitas Pancasila, Dekan FEB dan para Ketua Program Studi di lingkungan Universitas Pancasila yang telah memberikan kesempatan dan sumber daya untuk melaksanakan kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, W. (2017a). Opportunistic Perspective Off Accrual And Real Earnings Management In Indonesia. *Iosr Journal Of Business And Management*, 19(11), 1–05. <https://doi.org/10.9790/487x-1911070105>
- Azizah, W. (2017b). Trend And Tradeoff Between Accrual Earnings Management And Real Earnings Management In Indonesia. *Jurnal Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, 17(2), 159–172. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25105/mraai.v17i2.2079>
- Azizah, W. (2021). Covid-19 In Indonesia: Analysis Of Differences Earnings Management In The First Quarter. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 23–32. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.11.1.23-32>
- Azizah, W. (2022). Pandemi Covid-19: Apakah Mempengaruhi Green Accounting Di Indonesia? *Review Of Applied Accounting Research (Raar)*, 2(2), 153. <https://doi.org/10.30595/raar.v2i2.13679>
- Azizah, W., Bantasyam, S., & Sinaga, L. (2020). Indonesia ' S Lq45 Index : Tax Discount Facility And Earnings Management. *Iosr Journal Of Business And Management (Iosr-Jbm)*, 22(8), 27–31. <https://doi.org/10.9790/487x-2208032731>

- Azizah, W., Fredy, H., & Wahyoeni, S. I. (2022). Income Smoothing In Indonesia : Could Reputable Auditors Suppress It? *International Journal Of Business And Management Invention (Ijbmi)*, 11(8), 67–70. <https://doi.org/10.35629/8028-11086770>
- Azizah, W., Fredy, H., & Wahyoeni, S. I. (2023). Covid-19 And Financial Outcome In Tourism Sub-Sector Company In Indonesia. *International Journal Of Business And Management Invention (Ijbmi)*, 12(4), 80–84. <https://doi.org/10.35629/8028-12048084>
- Azizah, W., Fredy, H., & Zoebaedi, F. (2022). Covid-19: Accrual Earnings Management Practices In Pharmaceutical Companies In Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 12(3), 223–238. <https://doi.org/10.33369/Jakuntansi.12.3.223-238>
- Azizah, W., Murni, Y., & Utami, R. R. (2022). Pengaruh Financial Target, Ineffective Monitoring, Pergantian Auditor, Dan Perubahan Direksi Terhadap Kecurangan Laporan Keuangan. *Widyakala: Journal Of Pembangunan Jaya University*, 9(2), 99–109. <https://doi.org/10.36262/Widyakala.V9i2.572>
- Azizah, W., Thalib, S., Hermawati, A., & Febrian, A. (2022). Umkm Binaan Posdaya Kenanga Jagakarsa Bertahan Ketika Pandemi Covid-19 Melalui Peningkatan Keterampilan Perhitungan Harga Pokok Produksi. *Abdi Implementasi Pancasila: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 63–70. <https://doi.org/10.35814/Abdi.V2i2.3419>
- Azizah, W., Wahyoeni, S. I., & Zoebaedi, F. (2021). Covid-19 And Accrual Earnings Management In Indonesia In The Second Quarter. *International Journal Of Business And Management Invention (Ijbmi)*, 10(9), 33–39. <https://doi.org/10.35629/8028-1009013339>
- Azizah, W., Widyawati, Irawan, I. A., Wahyudi, A., & Wahyoeni, S. I. (2023). Pengembangan Ide Dan Konsep Bisnis Bagi Calon Wirausahawan Muda Smk Negeri 3 Depok. *Communnity Development Journal*, 4(3), 5495–5503.
- Azizah, W., Zoebadi, F., Bantasyam, S., & Oktaviani, Y. R. (2019). Earnings Management In Indonesia : Are Women Always Under? *Iosr Journal Of Business And Management (Iosr-Jbm)*, 21(11), 42–46. <https://doi.org/10.9790/487x-2111014246>
- Azizah, W., Zoebaedi, F., & Yatim, M. R. (2020). Income Smoothing: Does Firm Size Matter In Indonesia? *Iosr Journal Of Business And Management (Iosr-Jbm)*, 22(11), 21–23. <https://doi.org/10.9790/487x-2211042123>
- Cahyo, R. D., Murni, Y., & Azizah, W. (2022). Determinan Integritas Laporan Keuangan. *Akrual : Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 1–10.
- Damayanti, A. N., Azizah, W., & Lie, B. R. T. (2021). Pembukuan Keuangan Bagi Umkm Binaan Posdaya Cempaka. *Suluh: Jurnal Abdimas*, 3(1), 20–26. <https://doi.org/10.35814/Suluh.V3i1>
- Muhyidin, J., Ambarwati, S., & Azizah, W. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia. *Relevan: Jurnal Riset Akuntansi*, 2(1), 49–61. <https://doi.org/10.35814/Relevan.V2i1.2822>
- Putri, A., Sudarmaji, E., Azizah, W., Akuntansi, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Determinan Minat Investasi Di Pasar Modal (Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2014-2019 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasila). *Jiap*, 3(1), 58–70.