



Pelatihan Pembuatan Desain, Lambang Dan Ikon Olahraga: Pengembangan Kewirausahaan Konveksi Pakaian Di Masa Pandemi Covid 19

Iis Marwan¹ Hari Waluyo Sedjati² Akhmad Satori³, Hendra Gunawan⁴
^{1,2,3} Pendidikan Jasmani FKIP Universitas Siliwangi,
⁴ Ilmu Politik FISIP Universitas Siliwangi.
Email Koresponden: iismarwan@unsil.ac.id

Abstract

Every sporting event the need for designs, types, models, as well as logos and uniforms is very diverse. A large industry with high personal abilities supported by modern equipment and current information does not cause many problems in terms of making designs, logos and icons desired by users, including marketing. However, small-scale sports convection entrepreneurs face various obstacles and obstacles, especially in terms of production, processing, marketing, human resources, design and technology, capital, as well as the business climate with the COVID-19 pandemic situation. To overcome partner problems, counseling and assistance are needed. as well as training on designing, logos and icons for sports activities as well as providing information on sports schedules locally, regionally, nationally and internationally. The purpose of implementing community service is partners are able to create designs, logos, and sports icons, as well as understand sports activities that require uniforms or sports souvenirs. Community Service Methods carry out training, counseling and mentoring for partner members (convection entrepreneurs and employees, 34 sports shop/distribution owners plus administrators of the Association of Residents and Neighbors Association (ARWT), sports branches and administrators of the Indonesian National Sports Committee (KONI) Tasikmalaya City as many as 38 people. Implementation time from June to August 2021. Conducted offline and online. Instruments of success are interviews, observations of production results and community responses to product users. The results obtained are 92% satisfied with the implementation model; 86% Small and Medium Enterprises (SMEs) succeeded in carrying out the manufacture of production, and 64% there was an increase in people's purchasing power of production.

Keywords: Design, Logo, Icon, Entrepreneur, Sport

Abstrak

Event olahraga kebutuhan terhadap desain, jenis, model, serta logo serta pakaian seragam begitu beragam. Industri besar dengan kemampuan personal yang tinggi didukung peralatan modern dan informasi kekinian tidak banyak menimbulkan permasalahan dalam hal pembuatan desain, logo dan ikon yang diinginkan oleh pengguna termasuk pemasaran. Namun untuk pengusaha konveksi olahraga skala kecil menghadapi berbagai hambatan dan kendala, terutama dalam hal produksi, pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi, permodalan, serta iklim usaha dengan situasi pandemic covid 19. Untuk mengatasi permasalahan mitra, diperlukan penyuluhan, pendampingan serta pelatihan pembuatan desain, logo serta ikon kegiatan olahraga serta pemberian informasi jadwal olahraga secara lokal, regional, nasional dan internasional. Tujuan pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini mitra mampu membuat desain, logo, dan ikon olahraga, serta memahami kegiatan olahraga yang memerlukan kebutuhan seragam atau souvenir olahraga. Metode PPM melaksanakan pelatihan, penyuluhan dan pendampingan terhadap anggota mitra (pengusaha dan karyawan konveksi, pemilik toko olahraga/distro sebanyak 34 orang ditambah pengurus ARWT, cabang olahraga dan pengurus KONI Kota Tasikmalaya sebanyak 38 orang. Waktu pelaksanaan mulai bulan Juni hingga Agustus 2021. Dilakukan secara luring dan daring. Instrume keberhasilan dengan wawancara, pengamatan hasil produksi dan respon masyarakat pengguna produk. Hasil diperoleh 92 % puas terhadap model pelaksanaan; 86 % UKM berhasil melaksanakan pembuatan produksi; dan 64 %

terdapat peningkatan daya beli masyarakat terhadap hasil produksi. Terbuatnya system pemasaran secara online.

Kata Kunci: Desain, Logo, Ikon, Wirausaha, Olahraga

ANALISIS SITUASI

Industri olahraga merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi suatu Negara, juga dirancang sebagai industri modern berskala global. Dalam membangun karakter bangsa, olahraga sudah menjadi identitas industri yang memiliki nilai tambah yang signifikan (Firmanzah, 2019). Selanjutnya dikemukakan di Indonesia perkembangan industri olahraga masih memerlukan peran serta dari masyarakat dalam mewujudkan olahraga yang berprestasi dengan dukungan industri olahraga dalam negeri (Firmanzah, 2018).

Glenniza (2017), menyatakan industri olahraga sudah mengalami perkembangan yang baik bahkan telah menjadi industri unggulan sebagai pemasok devisa negara dan dirancang sebagai industri modern berskala global. Bicara potensi dan keuntungan, baik itu materi maupun moral, tentu industri olahraga di Indonesia memiliki peluang yang sangat besar (Gumunggilung, 2016). Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga melalui Deputi Bidang Kewirausahaan Pemuda dan Industri Olahraga sebagai lembaga pengembang industri olahraga di Indonesia telah mencanangkan suatu gagasan untuk mengembangkan industri olahraga sebagai industri kreatif yang berdaya saing tinggi dalam percaturan globalisasi.

Salah satu langkah penting yang sangat mendesak untuk diimplementasikan adalah melakukan identifikasi dan pembinaan sentra-sentra industri olahraga yang telah ada dan mengembangkan berbagai pusat peralatan olahraga yang dapat diakses oleh masyarakat dengan mudah. Industri olahraga didefinisikan oleh Pitts, Fielding dan Miller (Harsuki, 2017) sebagai “semua produksi barang, jasa, tempat, orang-orang, dan pemikiran yang ditawarkan kepada pelanggan, yang berkaitan dengan olahraga. Rif’iy Qomarrullah dan I Putu Eka Wijaya Putra (2021), menyatakan budaya olahraga telah menjadi nafas romantis ditengah kemajuan zaman yang terus mengalir deras.

Masyarakat perkotaan maupun pedesaan semakin sadar akan pentingnya aktivitas gerak jasmaniah. Pakaian olahraga merupakan salah satu kebutuhan yang sangat besar selain jenisnya (seragam, pakaian tanding, atau lomba) yang beragam juga kebutuhannya sangat banyak. Untuk event resmi seperti sepak bola selain seragam untuk pemain dan official juga penonton atau supporter membutuhkan dengan identitas yang sama, sehingga menjadi peluang industry pakaian atau konfeksi (Harsuki, 2018).

Sedangkan dimensi kultural tercermin pada nilai-nilai baru yang berkembang dan sangat bermanfaat dalam menopang terbentuknya suatu masyarakat industri olahraga yaitu menyangkut sikap, tingkah laku rasional masyarakat, sadar kesehatan, dan kompetitif (Heitner, 2019). Lebih lanjut dikemukakan Hassim (2019), bahwa even lokal dan regional dapat memiliki keuntungan tambahan agar menjaga pasar pariwisata domestik aktif. Majunya sebuah industry pakaian olahraga dapat dijadikan peluang positif bagi berbagai kalangan.

Industri pakaian olahraga menjadi industri baru yang harus didukung karena mempunyai nilai persatuan, edukasi, dan sportivitas (Himawan, A dan Hapsari, D.K., 2017). Namun demikian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam industry pakaian (konveksi) olahraga masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala, terutama dalam hal produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi, permodalan, serta iklim usaha (Keperin, 2017).

Pemasaran pakaian olahraga merupakan identitas unik dalam sebuah produk olahraga dengan integritas yang otentik untuk membangun citra produk yang kuat. Pemasaran olahraga terdiri dari merk, positioning dan diferensiasi dengan dilengkapi dengan brand identity, brand integrity, dan brand image. Merk merupakan identitas dalam benak konsumen. Pemasaran (*marketing concept*) merupakan kunci untuk mewujudkan tujuan organisasi terletak pada kemampuan organisasi dalam menciptakan, memberikan dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran secara efektif dibandingkan dengan pesaing (Huei-Fu Lu, 2020).

Pertumbuhan industri pakaian olahraga tentunya akan memunculkan industri kreatif dalam penyediaan sarana dan prasarana sehingga akan menumbuhkan daya saing baik di industri lokal maupun internasional (Keperin, 2017). Industri pakaian olahraga menjadi generasi keempat selain



industri media, industri kreatif dan industri digital, yang mempunyai prospek pada masa mendatang. Bisa juga penggabungan dari industri tersebut menghasilkan sesuatu yang berbeda (Marwan, 2020).

SOLUSI DAN TARGET

A. Solusi

Untuk mengatasi persoalan industri mikro pengusaha konveksi pakaian olahraga di Kota Tasikmalaya dilakukan tahapan sebagai berikut:

1. Melakukan identifikasi persoalan yang paling mendasar yang dapat diperbaiki dan ditingkatkan diluar persoalan kebutuhan modal usaha;
2. Melakukan inventarisasi produk yang telah dibuat serta melakukan neraca untung dan kerugian yang selama ini terjadi;
3. Melakukan inventarisasi peluang peningkatan kemampuan produksi;
4. Pelatihan sumber daya manusia baik pengelola maupun karyawan;
5. Pengelolaan kualitas produk;
6. Keterampilan dan pengetahuan personal;
7. Proses produksi, yang sebaiknya dilakukan standarisasi (SOP: Standard Operating Procedure yang baku untuk setiap proses kerja);
8. Kualitas bahan baku, yang sebaiknya dilakukan standardisasi (spesifikasi atau standar mutu bahan baku yang dapat diterima);
9. Lima hal konsep yang perlu dipahami mengenai harga (*price*), biaya (*cost*), nilai (*value*), keuntungan (*profit*) dan penghasilan (*revenue*) dalam proses pemasaran pakaian olahraga.
10. Diskusi kemampuan keterampilan pekerjaan dengan pendekatan humanis kepada pemilik usaha dan pekerja;
11. Melakukan penyusunan dengan memperlihatkan berbagai event olahraga, jenis olahraga, dan model pakaian olahraga melalui tayangan video;
12. Diskusi terhadap hasil pengetahuan dan motivasi untuk meningkatkan produksi;
13. Melakukan pelatihan pembuatan desain, logo, motif, ikon olahraga oleh ahli yang professional;
14. Uji coba keterampilan dan pembuatan nyata dari produksi;
15. Uji penilaian pada insan olahraga dari berbagai kalangan;
16. Pameran produk jadi;
17. Promosi secara digital melalui perdagangan secara online.

B. Target

Luaran kegiatan pengabdian masyarakat yang kami kerjakan antara lain pengusaha konveksi pakaian olahraga memahami dan trampil dalam mendesain model-model pakaian olahraga yang diminati oleh konsumen dengan berbagai macam latar belakangnya. Target capaian mitra 10 pengusaha konveksi pakaian olahraga.

Supaya hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat ini berlangsung terus menerus maka pelaksanaannya dikerjasamakan dengan Dewan Pimpinan Cabang Asosiasi Rukun Warga dan Rukun Tetangga Indonesia (ARWT Indonesia) Kota Tasikmalaya yang dapat memberikan fasilitas dan fasilitator kepada para pengusaha dan pemilik toko pakaian olahraga di Kota Tasikmalaya, Dinas Perindustrian dan perdagangan, KONI, FORMI, IGORA, Cabang Olahraga.

Target luaran tambahan pengabdian masyarakat ini para pengusaha mampu mendagangkan produknya secara online. Selanjutnya target luaran wajib kegiatan masyarakat ini:

- a. satu artikel ilmiah yang dipublikasikan melalui Jurnal ber ISSN
- b. prosiding ber ISBN dari seminar nasional;
- c. satu artikel pada media massa cetak/elektronik;
- d. video kegiatan ditayangkan di You Tube; dan
- e. peningkatan keberdayaan mitra yakni produk yang dihasilkan berupa jenis dan rupa pakaian olahraga hasil pendampingan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan metode transfer informasi melalui teori dan praktek dengan aktivitas ceramah, diskusi, demonstrasi, penugasan, pendampingan, dan tanya jawab. Pada kegiatan ini yang bertindak selaku sasaran adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan, pengurus Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI), Federasi Olahraga Masyarakat Indonesia (FORMI), Cabang Olahraga, Ikatan Guru Olahraga (IGORA), dan pengurus Asosiasi Rukun Warga dan Tetangga (AWRT) Indonesia; dan pelaku UMKM konveksi pakaian olahraga di Kota Tasikmalaya.

Terdapat tahapan yang dilakukan dalam pengabdian ini, yakni tahapan diskusi atau musyawarah bagaimana jalannya program ini selama dies natalis, perlengkapan yang dibutuhkan. Hal diperkuat menurut pendapat (Asnaldi & Kibadra, 2019) “Musyawarah disini yaitu tentang program pelatihan pembuatan desain pakaian olahraga yang akan dilaksanakan serta kendala-kendala yang dimungkinkan timbul dalam pelaksanaan program ini, sehingga dalam musyawarah ini bisa mendapatkan solusi akan kendala tersebut”.

Metode pelaksanaan untuk mengatasi permasalahan mitra dilakukan dengan melakukan penyuluhan, pelatihan, pendampingan. Berdasarkan teknik komunikasi dengan metode penyuluhan dilakukan dalam dua cara:

1. Metode penyuluhan langsung. Artinya tim pengabdian pada masyarakat dibantu oleh 5 mahasiswa Pendidikan jasmani FKIP Universitas Siliwangi langsung bertatap muka dengan sasaran, misalnya anjagsana, kontak personal, demonstrasi, dll.
2. Metode penyuluhan tidak langsung. Dalam hal ini pesan yang disampaikan tidak secara langsung dilakukan oleh penyuluh tetapi melalui perantara atau media menggunakan zoom meeting dan group WhatsApp, misalnya pertunjukan video dan penyebaran bahan tercetak.

Sebelum dilakukan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat tentang “Pelatihan Pembuatan Desain, Lambang dan Ikon Olahraga: Pengembangan Kewirausahaan Konveksi Pakaian di Masa Pandemi Covid 19”, dilakukan beberapa persiapan, yaitu:

- 1) Melakukan koordinasi mitra pendamping : Dinas Koperindag, KONI, FORMI, pengurus Cabang Olahraga, IGORA, dan ARWT Indonesia Kota Tasikmalaya dilakukan dengan pertemuan langsung disampaikan tujuan dan manfaat pengabdian masyarakat yang kami lakukan, seluruhnya merespon dengan baik. Selanjutnya dilakukan pertemuan secara daring melalui aplikasi Zoom, cara ini dilakukan 4 pertemuan sampai dibuatnya agenda kegiatan dan data UMKM bidang konveksi pakaian olahraga (mitra sasaran) jumlah pengrajin (home industry 23).
- 2) Melakukan pertemuan dengan mitra sasaran melalui aplikasi group WhatsApp, intensif 10 pertemuan sampai temukan permasalahan dan solusi;
- 3) Focus Group Discusi dengan mitra untuk disepakati jadwal pelatihan, pendampingan dan penyuluhan;
- 4) Pembuatan materi penyuluhan: jadwal kejuaraan olahraga, logo cabang olahraga, gambar cabang olahraga, bukit, gunung dan ciri khas daerah.
- 5) Pembuatan materi pendukung lainnya yaitu berupa pamflet dan buku saku yang dapat menambah pengetahuan masyarakat, sehingga lebih memotivasi untuk ikut aktif dalam penyebaran informasi daerah;
- 6) Mempersiapkan video tentang kegiatan olahraga dan pakaian olahraga;
- 7) Membuat kuesioner berupa posttest dan pretest yang berisi 10 pertanyaan yang akan diberikan kepada masyarakat untuk menilai tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah penyuluhan dan pelatihan serta untuk melihat keefektifan kegiatan ini.

PELAKSANAAN KEGIATAN

A. Tempat dan Waktu

1. Tempat



Kegiatan ini dilaksanakan di dua tempat: 1) Sekretariat ARWT untuk pertemuan tatap muka, (FGD), penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan; dan 2) Rumah kreatif UMKM Konveksi pakaian olahraga “TNP” (*Triple nine Plus*)

2. Waktu

Waktu pelaksanaan mulai bulan Juni sampai Agustus (3 bulan), setiap hari Kami dan Sabtu, mulai pukul 15.30 sampai 17.30 WIB dan sesuai dengan kesepakatan antara tim pengabdian masyarakat dengan mitra sasaran.

B. Tahapan Kegiatan

Selanjutnya melakukan pelaksanaan kegiatan PPM ini dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

a. Tahap Persiapan

Pada tahap ini beberapa kegiatan yang dilakukan antara lain:

- 1) Membuat modul pelatihan dan instrumen evaluasi yang diperlukan untuk pelatihan.
- 2) Menyusun jadwal pelatihan yang diusahakan tidak mengganggu jam kerja mitra, pelatihan disusun selama 25 jam efektif.
- 3) Mengkonfirmasi kepada pihak pengelola usaha mikro pakaian olahraga yang berkeinginan untuk mengikuti pelatihan ini.

b. Tahap Pelaksanaan

Program Pelatihan Pelaksanaan pelatihan dalam kegiatan PPM disusun dengan materi pelatihan, metode pelatihan, dan alokasi waktu sebagai berikut:

Langkah-langkah kegiatan PPM ini antara lain sebagai berikut:

1. Menyiapkan materi dalam bentuk diktat dan hand out yang berisi tentang:
 - (a) konsep dasar desain dan jenis pakaian olahraga yang akan membahas tentang pengertian, ruang lingkup, definisi dan aplikasi di industri;
 - (b) Jenis kegiatan olahraga;
 - (c) Jadwal event pertandingan olahraga.
2. Menyiapkan peralatan praktek pelatihan dan pendampingan.
3. Menyusun jadwal kegiatan pelatihan yang direncanakan berlangsung selama 3 bulan selama 2 hari setiap minggunya dengan waktu setiap harinya adalah 8 jam dan tugas mandiri untuk pendampingan selama 1 minggu untuk memperdalam pemahaman peserta pelatihan.
4. Menghubungi pihak kelompok usaha sejenis dan serumpun
5. Melaksanakan pelatihan aplikasi digital;
6. Pelaksanaan pelatihan diawali dengan penjelasan konsep pakaian olahraga
7. Pelaksanaan praktik dilakukan secara mandiri yang didampingi oleh 2 orang instruktur dan 5 orang mahasiswa.
8. Pada setiap akhir pelatihan diberikan tugas untuk memproduksi sesuai materi
9. Melakukan umpan balik terhadap pelaksanaan pelatihan

Tabel 2.1 Rencana Target Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1	Publikasi Ilmiah di Jurnal/Prosiding	<i>Accepted</i>
2	Publikasi pada mesia masa (cetak/online)	Ada
3	Peningkatan Omzet pada mitra yang bergerak dalam bidang ekonomi	Ada
4	Peningkatan Kuantitas dan Kualitas Produk	Ada
5	Peningkatan Pemahaman dan Keterampilan Masyarakat	Ada
6	Peningkatan Ketentraman/Kesehatan Masyarakat	Ada
7	Jasa, model, rekayasa sosial, sistem, produk/barang	Penerapan

8	Hak kekayaan intelektual (paten, paten sederhana, hak cipta, merek dagang, rahasia dagang, desain produl industry, perlindungan varietas, perlindungan topografi	Tidak Ada
---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

C. Evaluasi Kegiatan

Untuk melihat keberhasilan pelaksanaan pengabdian masyarakat yang kami lakukan dilakukan dengan dua cara evaluasi:

- 1) Pengetahuan dan pemahaman mengenai kegiatan-kegiatan olahraga, desain, lambang dan Ikon olahraga;
- 2) Peningkatan produksi konveksi pakaian olahraga sebelum dan setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang berjudul: “Pelatihan Pembuatan Desain, Lambang dan Ikon Olahraga: Pengembangan Kewirausahaan Konveksi Pakaian di Masa Pandemi Covid 19.



Diagram 1. Pengetahuan dan Pemahaman Mitra

1. Hasil produksi mitra pengusaha konveksi pakaian olahraga sebelum dan setelah mengikuti pelaksanaan pengabdian masyarakat

Hasil produksi mitra sebelum dan setelah pelaksanaan pengabdian masyarakat dapat dilihat pada diagram gambar 2 berikut

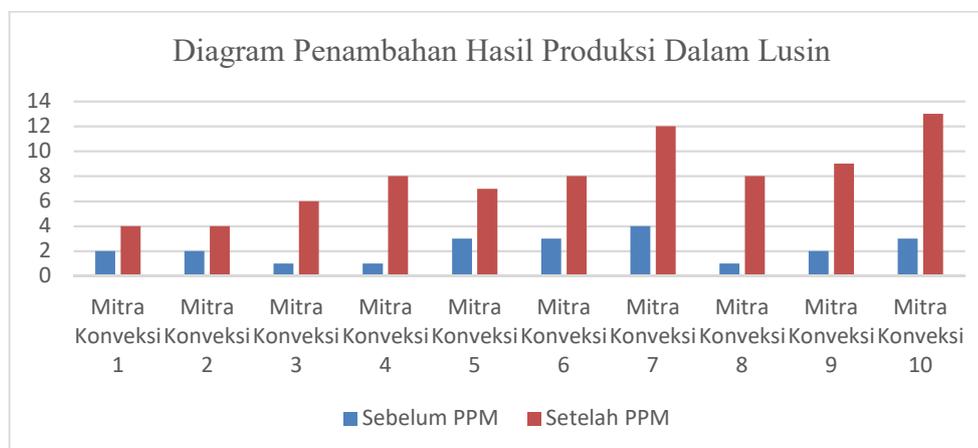


Diagram 2. Penambahan Hasil Produksi Pakaian Olahraga Mitra Konveksi

Target luaran pengabdian masyarakat ini pada mitra konveksi pakaian olahraga para pengusaha mampu dan terampil membuat desain, model, ikon, lambang cabang-cabang olahraga yang dibuat di pakaian olahraga. Adapun hasil produksi dapat ditampilkan berikut.



Gambar 5. Hasil Produksi Mitra Konveksi Pakaian Olahraga



Gambar 6. Pemasaran Hasil Produksi Mitra Konveksi Menggunakan Kendaraan

Pembahasan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dalam skema ketahanan pangan yang kami laksanakan dilihat dari hasil analisis data terhadap mitra dapat dikategorikan berhasil. Hal ini dapat dilihat dari diagram 1 dengan instrumen tes pengetahuan dan pemahaman terhadap kegiatan-kegiatan olahraga, desain, lambang dan ikon olahraga hasilnya seluruh mitra terdapat peningkatan. Hasil ini memberikan informasi bahwa mitra dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan, KONI, FORMI, IGORA, Cabang Olahraga, dan ARWT Indonesia Kota Tasikmalaya sebagai mitra penerus pendampingan dapat mengetahui dan memahami untuk meningkatkan wawasan pengusaha konveksi pakaian olahraga.

Pada mitra pengusaha konveksi pakaian olahraga hasilnya dapat dikategorikan berhasil, hasil ini dapat dilihat dari jumlah produksi dalam satuan lusin setiap mitra terdapat peningkatan produksi dan peningkatan keterampilan ragam desain dan ikon olahraga.

Diskusi

Sejak pandemi virus corona (covid-19) merebak dan meluas hampir ke seluruh penjuru dunia membuat aktivitas penduduk menjadi terhambat yang memaksa semua orang harus diam di rumah mengisolasi diri agar terhindar dari virus, terutama aktivitas yang berhubungan dengan pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Pandemi covid-19 ini menuntut semua orang untuk beradaptasi secara cepat dengan pola kehidupan baru seperti menjaga jarak, selalu memakai masker, rajin cuci tangan atau menggunakan handsanitizer, dan menjaga imun tubuh dengan vitamin atau ramuan herbal.

Sebagian besar pekerja harus merubah kegiatannya menjadi bekerja dari rumah (BDR) atau *Work from Home* (WFH), aktifitas pembelajaran secara *online* (daring), begitu juga pelaku usaha banyak terdampak covid-19 terutama pengusaha konveksi pakaian olahraga sehingga usahanya tidak dapat berjalan dengan normal bahkan banyak karyawannya di"rumah"kan. Rasa cemas dan panik tentu mendarat di hati para pelaku bisnis ketika krisis ekonomi menyebar di hampir seluruh negara di dunia akibat Covid-19.

Untuk mengatasi dan meminimalisir dampak pandemic Covid-19 terutama sektor konveksi pakaian olahraga perlu dilakukan inovasi dan kreatifitas serta membaca peluang usaha dari pengusaha. Diena (2021) menuturkan "manusialah yang harus beradaptasi dengan perubahan situasi dan kondisi disekelilingnya untuk dapat bertahan. Inilah arti sebenarnya dari resiliensi, yaitu daya tahan terhadap

tekanan dengan melakukan hal-hal yang positif. Harapan yang baik akan masa depan akan membawa resiliensi yang baik juga terhadap segala tekanan dalam hidup.”

Kegiatan pengabdian masyarakat bagian dari tridharma perguruan tinggi dilaksanakan oleh dosen salah satunya memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat terutama skema ketahanan pangan sehingga membawa kemajuan dan penghidupan yang lebih maju dan berkembang bagi masyarakat. Memberikan pelatihan dan pendampingan terhadap mitra pengusaha konveksi pakaian olahraga membawa kehidupan ditengah pandemic covid-19. Dengan tim yang solid antara kepakaran Pendidikan olahraga, ilmu politik, sosiologi politik, antropologi politik dipadukan sehingga masyarakat lebih memahami dan terampil memproduksi konveksi pakaian olahraga di tengah pandemic covid-19.

KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat pada skema ketahanan pangan dalam masa pandemic covid-19 dikategorikan berhasil, karena mitra pengusaha konveksi pakaian olahraga setelah diberikan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan pembuatan lambang, ikon, desain pakaian olahraga dapat meningkatkan hasil produksi. Mitra pendamping dari Dinas Koperasi dan Perindustrian, KONI, FORMI, IGORA, ARWT dan Cabang Olahraga terdapat peningkatan pengetahuan dan pemahaman mengenai kegiatan-kegiatan olahraga kompetitif yang dapat dijadikan kewirausahaan bagi pengelola konveksi.

Keterbatasan pengabdian masyarakat ini belum pada sistem pemasaran yang dapat dilakukan secara online, sehubungan keterbatasan kemampuan sumber daya dari mitra dalam hal keterampilan dalam bidang Teknik informatika.

PENGAKUAN

Puji dan syukur kami tim Pengabdian pada Masyarakat ucapkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayahNya, kami dapat melakukan kegiatan ini dengan baik dan lancar. Kepada Rektor, Ketua LPPM PMP, Dekan FKIP dan Dekan FISIP Universitas Siliwangi yang telah memberikan rekomendasi dan pendanaan kegiatan ini. Kepada mitra kegiatan Dinas Perindag, KONI, FORMI, IGORA, cabang olahraga, pengurus Daerah Asosiasi Rukun Warga dan Tetangga Indonesia (AWRT Indonesia), Kota Tasikmalaya, yang telah bersama-sama memberikan masukan, penyuluhan, pendampingan dan pelatihan kepada seluruh peserta UMKM bidang konveksi olahraga sehingga skema kegiatan ketahanan pangan dalam suasana pandemic covid 19 dapat terlaksana dengan baik, sesuai jadwal dan tercapai target kegiatan.

Kepada Ketua Umum ARWT Indonesia Pengurus Daerah Kota Tasikmalaya yang telah memfasilitasi sarana dan prasarana sekretariat untuk dijadikan tempat melaksanakan focus group diskusi (FGD) serta pelaksanaan pelatihan untuk mitra UMKM konveksi pakaian olahraga; Kepala Dinas Perindag yang selalu menghadiri setiap sesi kegiatan serta monitoring hasil produksi, dan kepada para pemilik distro serta toko olahraga yang bersedia memasarkan hasil produksi mitra. Para peserta mengikuti kegiatan dengan tenang, senang, sangat antusias dan penuh perhatian untuk mengikuti kegiatan ini dari awal sampai akhir kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnaldi, A., & Kibadra, K. (2019). Sosialisasi Program Latihan Motor Ability Kepada Asisten Pelatih Dojo Lembaga Karate-Do Indonesia Se-Kecamatan Koto Tangah. *Jurnal Berkarya Pengabdian Masyarakat*, 1 (1), 67–74. <https://doi.org/10.24036/JBA.VIII.3>
- Diena, (2021). Bertahan di Masa Pandemi dengan Kebahagiaan Suasana Hati. dalam <https://www.ui.ac.id/bertahan-di-masa-pandemi-dengan-kebahagiaan-suasana-hati/>
- Firmanzah. (2019). Managing Sport Industry in Indonesia. Bahan yang disajikan dalam *Workshop Pengembangan Manajemen Industri Olahraga*. Malang.
- Firmanzah (2018). Sport Industry. *Koran Sindo*. <https://nasional.sindonews.com/read/925096/18/sport-industry>.



- Glenniza D (2017). *Pengembangan Olahraga Melalui Promosi dan Manajemen pada Acara Olahraga*. <https://sport.detik.com/aboutthegame//pandit/d-3056458/pengembangan-olahraga> melalui-promosi-dan-manajemen-pada-acara-olahraga.
- Gumunggilung, C.P., (2016). Peranan Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Industri Kecil: Suatu Studi pada Industri Kecil Pengolahan Buah Pala di Kabupaten Kepulauan Sitaro. *Jurnal Eksekutif*. Vol.1, No.7. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnaleksekutif/article/view/9757/934>.
- Harsuki. (2017). Membangun Jaringan Pemasaran Peralatan Industri Olahraga ditengah Persaingan Gopal. Bahan yang disajikan dalam *workshop Pengembangan Peralatan Industri Olahraga*. Semarang.
- Harsuki. (2018). *Pengantar Manajemen Olahraga*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hassim A., (2019). *Revolusi Industri 4.0*. <http://id.beritasatu.com/home/revolusi-industri-40/145390>Heitner, D. (2019). *Sport Industri to Reach*. <https://www.forbes.com/sites/darrenheitner/2015/10/19/sports-industry-to-reach73-5-billion-by-2019>. Diupload Oktober 2015.
- Himawan, A dan Hapsari, D.K., (2017). *Kemenperin Punya Delapan Rencana Aksi untuk Sektor Industri 2018*. <https://www.suara.com/bisnis/2017/12/11/151517/kemenperin-punya-delapanrencana-aksi-untuk-sektor-industri-2018>. Diupload pada 11 Juli 2021
- Huei-Fu Lu (2020). The Economic Challenge and Opportunity of Sport Industri in Taiwan. *Jurnal Scientific Research*. <http://dx.doi.org/10.4236/me.2012.31007>. Published Online Januari 2012 (<http://www.SciRp.org/journal/me>).
- Rif'iy Qomarrullah dan I Putu Eka Wijaya Putra (2021). Pelatihan Permainan Olahraga Modifikasi dalam Menghadapi Era Disrupsi. *Journal Berkarya Pengabdian kepada Masyarakat* Volume 3, Nomor 1, Edisi Mei, 2021, E – ISSN 2686-6218 <http://jba.ppj.unp.ac.id/index.php/jba/article/view/54> Doi: <https://doi.org/10.24036/jba.0301.2021.02> 61