

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: p ISSN:	Vol. 1 No. 1	Hal : 93-101	Desember 2020
-----------------------------------------------------------	--------------------	--------------	--------------	---------------

SOSIALISASI PERNIAGAAN DI KECAMATAN ANDIR KOTA BANDUNG

SOCIALIZATION OF ASSOCIATIONS IN KECAMATAN ANDIR KOTA BANDUNG

¹Ria Arifianti, ²Moh. Benny Alexandri , ³Lina Auliana

^{1,2,3}Departemen Administrasi Bisnis, Universitas Padjadjaran
r.arifianti@unpad.ac.id

ABSTRAK

Perniagaan memberikan kontribusi yang besar untuk pendapatan asli suatu daerah. Perniagaan ini berdampak untuk semua Kota terutama Kota Bandung. Kota Bandung memperoleh kointribusi pendapatan berdasarkan perniagaan. Salah Satu pusat perniagaan terletak di Kecamatan Andir. Kecamatan ini memberikan kontribusi terbesar untuk pendapat asli daerah Kota Bandung.

Metode pengabdian pada masyarakat yaitu melakukan workshop. Workshop dilakukan dengan melakukan sosialisasi. Langkah yang dilakukan adalah melakukan pengumpulan data, diskusi dalam hal ini sosialisasi dan evaluasi yang berkaitan dengan sinkronisasi data.

Hasil yang didapat, Kecamatan Andir mempunyai industri berjumlah 137 unit. Selain itu Kecamatan Andir memiliki 3 pasar, 60 pertokoan, 51 mini market dan 1 departement store. Industri ini tersebar di 6 kelurahan yang ada di Kecamatan Andir. Perkembangan perniagaan ini memberikan kontribusi yang besar dalam menaikkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung.

Dalam pengembangan perniagaan di Kecamatan Andir, yang menjadi permasalahan adalah dalam segi permodalan, terutama apabila jalannya perniagaan tidak berjalan dengan baik atau mengalami kerugian.

Kata kunci : Kecamatan, Andir, Perniagaan

ABSTRACT

Commerce provides a large contribution to the original income of an area. This commerce has an impact on all cities, especially Bandung. The city of Bandung obtains revenue co-contributions based on commerce. One of the trade centers is located in Andir District. This sub-district provides the largest contribution to the original opinion of the City of Bandung.

The method of community service is conducting workshops. The workshop was conducted by conducting socialization. The steps taken are collecting data, discussing in this case the socialization and evaluation related to data synchronization.

The results obtained show that Andir District has 137 units of industry. In addition, Andir District has 3 markets, 60 shops, 51 mini markets and 1 department store. This industry is spread across 6 urban villages in Andir District. This business development has contributed greatly to increasing the Regional Original Income of Bandung City.

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: p ISSN:	Vol. 1 No. 1	Hal : 93-101	Desember 2020
-----------------------------------------------------------	--------------------	--------------	--------------	---------------

In the development of commerce in Andir Subdistrict, the problem is in terms of capital, especially if the business is not running well or experiences a loss

Key words: District, Andir, Commerce

PENDAHULUAN

Industri perniagaan/perdagangan memiliki kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi suatu wilayah sehingga industri selalu diusahakan agar terus meningkat dan merata di setiap wilayahnya. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung, pendapatan Kota Bandung meningkat sebanyak 4,18% dari tahun 2016 sampai 2017 dengan penyumbang terbesar yakni Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan Dana Perimbangan. Pendapatan Asli Daerah (PAD) terdapat industri yang menjadi penyumbang sebanyak 0.3% dari pendapatan daerah Kota Bandung. BPS mengklasifikasikan industri menjadi industri besar, menengah dan kecil. Jumlah industri besar di Kota Bandung sebanyak 253 unit, industri sedang 835 unit dan industri kecil 9760 unit.

Kecamatan Andir merupakan salah satu kecamatan yang terdapat di Kota Bandung. Kecamatan ini terdiri dari 6 kelurahan, yaitu : Kelurahan Campaka, Kelurahan Maleber, Kelurahan Garuda,

Kelurahan Dungus Cariang, Kelurahan Ciroyom dan Kelurahan Kebon Jeruk. Penduduk Kota Bandung bertempat tinggal di Kecamatan Andir berjumlah 3,94%. Jumlah perniagaan/perdagangan di Kecamatan Andir sebanyak 137 unit. Kecamatan Andir memiliki 3 pasar, 60 pertokoan, 51 mini market dan 1 *departement store*.(Arifianti, 2019 : 50)

Banyaknya industri yang terdapat di Kecamatan Andir menandakan tingginya kontribusi industri di Kecamatan Andir dalam Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung. Hal ini didukung dengan terdapatnya industri besar yaitu pasar (Pasar Ciroyom, Pasar Baru) dan *departement store*, dan mall (Mall Paskal 23). Selain itu juga industri menengah dan kecil dalam jumlah yang cukup banyak turut berkontribusi dalam PAD tersebut. Dengan data-data tersebut, dalam maka tema pengabdian pada masyarakat adalah “Sosialisasi Perniagaan Kecamatan Andir Kota Bandung”

Identifikasi Masalah

Adapun kegiatan Sosialisasi yang dilakukan untuk mencapai target sebagai :

No	Indikator	Pencapaian setelah kegiatan
1.	Data tentang jumlah industri dan perdagangan Di Kecamatan Andir Kota Bandung	Peserta mengetahui, menambahkan dan memperbaiki dengan data terbaru tentang kondisi perniagaan yang ada

Berdasarkan hal tersebut, maka perlu diadakan sosialisasi perniagaan di Kecamatan Andir yang bertempat di Dinas Industri dan Perdagangan Propinsi Jawa Barat.

Tujuan

Menyampaikan sosialisasi perkembangan perniagaan di Bandung khususnya Kecamatan Andir Kota Bandung

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: p ISSN:	Vol. 1 No. 1	Hal : 93-101	Desember 2020
-----------------------------------------------------------	--------------------	--------------	--------------	---------------

TINJAUAN PUSTAKA

Saat ini, lembaga yang mengelola suatu daerah semakin ditantang oleh fenomena konvergensi industri (Hacklin, Battistini, & Von Krogh, 2013) yaitu yang mengacu pada pembubaran batas industri dan proposisi nilai konvergen, teknologi atau inovasi (Bröring dan Leker, Choi dan Valikangas, dalam Dingler & Enkel, 2016). Kolaborasi semacam itu melintasi batas industri yang mapan dianggap bermanfaat bagi organisasi dan lembaga, yang pada akhirnya membantu menciptakan inovasi radikal dan keunggulan kompetitif (Herstatt dan Kalogerakis,; Enkel dan Gassmann, dalam Dingler & Enkel, 2016) suatu daerah.

Guna mencapai keunggulan kompetitif suatu daerah, pemetaan sektor industry perlu dilakukan yang diawali dengan proses sosialisasi. Sosialisasi mencakup interaksi sosial dan tingkah laku sosial. Sehingga **sosialisasi** merupakan mata rantai yang penting di antara sistem sosial. Sosialisasi didalamnya merupakan suatu proses bagaimana memperkenalkan sistem pada seseorang dan bagaimana orang tersebut menentukan tanggapan serta reaksinya.

Sosialisasi merupakan suatu proses ketika seorang individu memperoleh kebudayaan kelompoknya dan menginternalisasikannya sampai pada tingkat norma-norma sosial tertentu, maka oleh karenanya dapat membimbing orang tersebut untuk memperhitungkan harapan lain (Charles R.Wright dalam Sutaryo, 2005). Sosialisasi adalah proses komunikasi interaktif yang melibatkan perkembangan individu dan pengaruh pribadi, yaitu penerimaan dan interpretasi pribadi dari semua pesan sosial, tetapi juga dinamika dan

Hasil yang diharapkan

Para peserta mengetahui kondisi terkini tentang perniagaan yang berada di Kecamatan Andir Kota Bandung. isi pengaruh sosial (Pescaru, 2018). Ahmadi (2004) mengungkapkan bahwa dalam proses sosialisasi individu mempelajari kebiasaan, sikap, idea-idea, pola-pola dan tingkah laku dalam masyarakat di mana dia hidup

Sosialisasi ditentukan oleh lingkungan sosial, ekonomi dan kebudayaan di mana individu tersebut berada. Selain itu, sosialisasi juga ditentukan dari interaksi pengalaman-pengalaman serta kepribadiannya. Dengan sosialisasi, manusia sebagai makhluk biologis menjadi manusia yang berbudaya, cakap menjalankan fungsinya dengan tepat sebagai individu dan sebagai anggota kelompok.

Proses sosialisasi

Tujuan utama Sosialisasi adalah terwujudnya suatu kemampuan taat urgensi norma dan cita-cita sosial terwujud dalam suatu nilai-nilai budaya kelompok di mana manusia berada. Dalam osialisasi berisi tidak saja memiliki makna psikologis, tetapi secara kultural/bufaya (menginternalisasi norma dan nilai sosial) dan sosiologis (permainan peran sosial dan pengembangan perilaku yang sesuai).

Proses sosialisasi didasarkan pada serangkaian variabel yang meliputi:

- a. Karakteristik individu (usia, jenis kelamin, kedewasaan, perkembangan, kecerdasan); metode dan bentuk transmisi (bahasa, mekanisme kontrol,
- a. Ritual, praktik dan integrasi sosial, bentuk imitasi, identifikasi, substitusi, penghambatan atau penguatan)
- b. Struktur sikap, nilai, tindakan dan perilaku (peran dan status sosial, moralitas hubungan sosial, etika kerja, orientasi politik-sipil, kinerja,

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: p ISSN:	Vol. 1 No. 1	Hal : 93-101	Desember 2020
-----------------------------------------------------------	--------------------	--------------	--------------	---------------

altruisme, integrasi, konformasi, dll)(Pescaru, 2018)

Menurut Soejono Dirjosisworo (2007), bahwa sosialisasi terdiri atas aktivitas, yaitu;

- a. Proses sosialisasi adalah proses belajar, yaitu suatu proses akomodasi dengan mana individu menahan, mengubah impulsimpuls dalam dirinya dan mengambil alih cara hidup atau kebudayaan masyarakat.
- b. Dalam proses sosialisasi itu individu mempelajari kebiasaan, sikap, ide-ide, pola nilai-nilai dan tingkah laku di dalam masyarakat dimana ia hidup.
- c. Semua sifat dan kecakapan yang dipelajari dalam proses sosialisasi itu disusun dan dikembangkan sebagai suatu kesatuan sistem dalam diri pribadinya

Pembentukan kepribadian manusia melalui proses sosialisasi (Sutarto :2004) meliputi:

- **Internalisasi nilai-nilai.** Proses penanaman nilai dan norma sosial ke dalam diri seseorang yang berlangsung sejak lahir hingga meninggal.
- **Enkulturasasi.** Proses pengembangan dari nilai-nilai budaya yang sudah tertanam dalam diri seseorang dan diimplementasikan dalam perilaku sehari-hari.
- **Pendewasaan diri.** Proses berlangsungnya internalisasi dan enkulturasi secara terus menerus hingga membentuk suatu kepribadian.

Jika kepribadian terwujud secara utuh, seseorang bisa dikatakan dewasa dan telah siap memegang peran dalam masyarakat.

Macam sosialisasi

Terdapat dua macam sosialisasi yang ada di tengah masyarakat (Sutaryo :2004) , yaitu:

- **Sosialisasi Primer.** Sosialisasi yang pertama kali dijalani oleh manusia semasa kecil. Sosialisasi ini menjadi pintu bagi seseorang memasuki keanggotaan masyarakat.
- **Sosialisasi sekunder.** Proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu ke dalam kelompok tertentu dalam masyarakat. Kedua proses tersebut berlangsung menyeluruh, di tempat tinggal dan tempat kerja. Dalam dua tempat tersebut, terdapat sejumlah individu dalam situasi yang sama, terpisah dari masyarakat luas dan jangkauan waktu tertentu.

Syarat terjadinya sosialisasi

Sutaryo (2004) menyebutkan bahwa melalui sosialisasi masyarakat mampu berpartisipasi dalam kepentingan kehidupan dan menciptakan generasi selanjutnya. Terdapat beberapa faktor terjadinya sosialisasi, di antaranya:

1. Apa yang disosialisasikan merupakan informasi yang akan diberikan kepada masyarakat berupa nilai, norma, dan peran.
2. Bagaimana cara mensosialisasikan, melibatkan proses pembelajaran.
3. Siapa yang mensosialisasikan, institusi, media massa, individu, dan kelompok.

Fungsi sosialisasi

Fungsi umum dari sosialisasi menurut Sutaryo (2004) dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu:

- **Sudut pandang individu**

Sosialisasi berfungsi sebagai sarana pengenalan, pengakuan, dan penyesuaian diri terhadap nilai-nilai, norma, dan struktur sosial. Dengan hal tersebut, seorang individu bisa menjadi masyarakat yang baik. Di mana masyarakat baik adalah warga yang

memenuhi harapan umum warga masyarakat lainnya.

- **Kepentingan masyarakat**

Sosialisasi berfungsi sebagai sarana pelestarian, penyebarluasan, dan pewarisan nilai-nilai serta norma sosial. Nilai dan norma terpelihara dari generasi ke generasi dalam masyarakat tersebut.

Tujuan sosialisasi

Menurut Sutaryo (2004) sosialisasi memiliki tujuan yaitu :

- Setiap orang dapat hidup dengan baik di tengah-tengah masyarakat, jika menghayati nilai dan norma dalam kehidupan.

METODE

Metode pendekatan adalah Workshop. Kegiatan ini adalah pertemuan untuk bertukar pengetahuan dan pengalaman diantara sejumlah peserta yang mempunyai keahlian atau profesi yang sama, guna meningkatkan pengetahuan atau memecahkan suatu masalah. Workshop merupakan suatu pelatihan untuk peserta secara individu atau berkelompok untuk memecahkan masalah. (Wikipedia, 2017)

- Setiap orang dapat menyesuaikan tingkah lakunya dengan harapan masyarakat yang memiliki budaya. Di mana budaya tersebut mengikat para warganya.
- Setiap orang dapat menyadari keberadaan dalam masyarakat. Sehingga individu tersebut mampu berperan aktif dan positif dalam kehidupan sehari-hari.
- Setiap orang mampu menjadi anggota masyarakat yang baik.
- Keutuhan masyarakat dapat terjadi bila di antara warganya saling berinteraksi dengan baik. Interaksi tersebut didasari dengan peran masing-masing.

Dalam hal ini peserta workshop adalah perwakilan dari Kecamatan Andir dan Dinas Industri dan Perdagangan Propinsi Jawa Barat

Metode pendekatan adalah diskusi. Pelaksanaan dilakukan dengan tiga tahap. Pertama dilakukan pengumpulan data ke masing-masing kelurahan dan Dinas Propinsi Jawa Barat. Kedua, Diskusi dalam rangka mensosialisasikan hasil temuan di lapangan. Ketiga, evaluasi. Hal ini dapat dijelaskan menggunakan tabel berikut ini :

No	Rencana Kegiatan	Keterlibatan Dalam Kegiatan		
		Dosen	Tim nemunerator	Aparatur Pemerintah
1.	Pengumpulan data industri di Kecamatan Andir Kota Bandung dan Dinas Propinsi Jawa Barat	Menjelaskan dan memberikan contoh	Mengumpulkan data sesuai bidang masing-masing	Mendengarkan dan bertanya
2.	Sosialisasi industri	Memberikan penjelasan	Merangkum dan membagikan kertas kerja	Mendengarkan dan bertanya, dan memberikan masukan
3.	Evaluasi	Mengevaluasi data industri	Mengumpulkan hasil	Mengevaluasi

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: p ISSN:	Vol. 1 No. 1	Hal : 93-101	Desember 2020
-----------------------------------------------------------	--------------------	--------------	--------------	---------------

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah pertama yang dilakukan adalah pengumpulan data.

Kecamatan Andir merupakan salah satu kecamatan di Kota Bandung yang di dalam lingkup wilayahnya terdapat banyak sentra perdagangan. Ha ini menandakan bahwa dengan adanya perdagangan ini, membuat masyarakat di wilayah Kecamatan Andir secara tidak langsung ikut berperan aktif menjalankan ekonomi.

Perdagangan yang ada dalam wilayah Kecamatan Andir ini menjadi pusat perhatian karena titik-titik perekonomian besar berada di wilayah ini. Terdapat banyak industri yang ada di Kecamatan Andir ini mulai dari industri mikro, industri kecil, industri menengah sampai industri besar, mayoritas dari masyarakatnya terjun langsung ke dalam industri perekonomian mulai menjadi produsen, supplier, menjadi, agen, sebagai penjual di pasar, bahkan yang tingkat rumah tangga pun terdapat banyak industri rumahan yang menjamur. Tingkat keinginan dari tiap masyarakatnya untuk memajukan kesejahteraannya dengan bergelut di bidang ekonomi ini sangat penting karena mulai dari rasa ingin melakukan usaha inilah yang akan membawa ke kesejahteraan yang diharapkan.

Kecamatan Andir merupakan kecamatan di kota Bandung yang mempunyai industri berjumlah 137 unit. Kecamatan Andir memiliki 3 pasar, 60 pertokoan, 51 mini market dan 1 departement store. Industri tersebut tersebar di berbagai kelurahan sebagai berikut :

1. Kelurahan Garuda

Industri yang berada di kelurahan garuda ini terdapat pusat perdagangan seperti Superindo.

Selain itu Industri yang ada adalah yang didominasi oleh pemilik usaha kecil yang memproduksi barangnya sendiri dan

menjual barangnya sendiri. Mereka menjual barangnya dengan menggunakan gerobak. misalnya penjual keripik, penjual rujak, penjual kue ape, kue cubit, mie telur goreng dan rumah makan padang.

Industri yang menjamur di kelurahan berkaitan dengan pedagang makanan siap saji misalnya penjual mie goreng, penjual gado-gado, penjual singkong atau jagung, crepes, seblak, pulsa, nugget, pisang keju, dan roti bakar.

Salah satu yang berkembang adalah Toko Kue Erlanda. Toko kue ini telah ada sejak tahun 1978, dan menjual sekitar 60 jenis kue yang berbeda. Pelanggan yang menggunakan produk mereka adalah universitas-univesitas yang berada di Kota Bandung seperti Universitas Pasundan, Universitas Maranatha dan lainnya. Omzet penjualan yang didapatkan kurang lebih mencapai sekitar 1 juta pada perhari. Bila menjual secara eceran keuntungan yang di dapat sekitar 200-300 ribu pendapatan per 1 hari per roda.

2. Dungus Cariang

Kelurahan Dungus Cariang mempunyai cukup banyak pelaku industri. Salah satunya adalah Pasar Ciroyom. Sebagian posisi pasar Ciroyom termasuk ke dalam wilayah Kelurahan Dungus Cariang. Letak yang dimaksud adalah bagian pasar Ciroyom yang posisinya dekat dengan rel kereta api.

Kelurahan Dungus Cariang memiliki industry perdagangan sekitar kurang lebih 142 pelaku usaha. Kebanyakan pelaku industri adalah pelaku usaha besar, pelaku usaha dengan pendapatan sedang dan pelaku usaha yang tergolong dalam pelaku usaha kecil.

Konveksi Kampung merupakan salah satu industri yang telah lama bertahan di kelurahan Dungus Cariang. Industri ini menerima pesanan selain tas dengan minimal pesanan sebanyak 60 pc.

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: p ISSN:	Vol. 1 No. 1	Hal : 93-101	Desember 2020
-----------------------------------------------------------	--------------------	--------------	--------------	---------------

Karyawan yang terlibat dalam konveksi ini sekitar 20 karyawan dan memiliki keahlian dalam menjahit. Mereka bekerja selama 9 jam sehari atau dimulai pada pukul delapan pagi sampai pukul lima sore.

Dalam melaksanakan kegiatan para pelaku industri ini menghadapi kendala dalam melaksanakan kegiatannya, yaitu :

- Dari segi waktu : proses produksi memerlukan waktu yang cukup lama untuk menghasilkan produk yang mempunyai kualitas yang baik tetapi konsumen menginginkan waktu yang cepat
- Adanya ketidaksesuaian tentang bahan yang diinginkan konsumen dengan bahan didapat dari *supplier*/pemasok. Hal ini akan berdampak terjadinya kerugian. Sebagai contoh konsumen tidak akan mengambil barang apabila bahan yang diinginkan tidak sesuai dengan yang diinginkan.
- Pemesanan yang dibatalkan. Ketika bahan yang dipesan telah dibeli, konsumen kadangkala membatalkan tanpa kejelasan alasannya. Hal ini merugikan perusahaan.

Para pelaku industri melakukan strategi pemasaran dengan melakukan promosi/iklan. Cara yang dilakukan dengan adanya penjualan secara *online*. Selain itu juga konsumen dapat melakukan pemesanan melalui *online* atau melalui *website*. Mereka membuat website yang dapat diakses oleh siapapun. Tetapi untuk dapat tetap ditayangkan, mereka harus membayar ke google untuk menaikkan website mereka.

3. Kelurahan Ciroyom

Kelurahan Ciroyom mempunyai beberapa tempat perniagaan yaitu :

Pasar Ciroyom yang merupakan pasar tradisional dan terdapat banyak penjual dengan berbagai macam produk yang ditawarkan untuk dijual diantaranya sayur-sayuran segar, buah-buahan, dan

daging dimulai dari daging sapi, ikan, daging ayam dan daging kambing. Pasar Chinatown merupakan objek wisata yang dibangun dengan nuansa perkampungan china.

Selanjutnya perniagaan yang ada adalah Industri bisnis olahan Nugget. Industri ini memproduksi nugget ayam dan paha ayam. Setiap hari produksi yang dihasilkan kurang lebih sekitar 4 karung. Dengan berat 1 karung adalah 25 kilo. Karyawan yang bekerja di perusahaan ini sebanyak 6 orang. Pangsa pasar/target pasar dari produk usaha ini adalah di daerah Ciroyom, Baleendah, Ciparay, Cianjur. Sistem yang digunakan dilakukan berdasarkan pesanan konsumen (*make to order*). Pemesanan harus dilakukan oleh konsumen karena berkaitan dengan persiapan dalam membuat produk tersebut.

Dalam pelaksanaannya menghadapi kendala yaitu masalah modal. Terutama masa pandemi ini, masyarakat tidak begitu berbelanja banyak sehingga mengakibatkan industri ini tidak berjalan.

4. Kelurahan Kebon Jeruk :

Kelurahan ini mempunyai salah satu pasar pembelanjaan terbesar yaitu Pasar Baru. Pasar baru merupakan bentuk *trade centre* yang memberikan kontribusi pendapatan yang besar untuk kecamatan Andir.. Pasar Baru merupakan sentra atau pusat dari perdagangan tekstil di dalam kawasan Pasar Baru terdapat sejumlah penjual yang bergerak di bidang tekstil mulai dari penjual kain, sampai dengan penjual baju-baju yang sudah siap untuk dipakai.

5. Kelurahan Maleber :

Industri Makloon berada di Kelurahan Maleber. Permintaan makloon berkisar antara 200-500 buah dalam satu bulan. Dalam melaksanakan kegiatannya menghadapi berbagai kendala yaitu berkaitan dengan modal. Daerah Pemasaran

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: p ISSN:	Vol. 1 No. 1	Hal : 93-101	Desember 2020
-----------------------------------------------------------	--------------------	--------------	--------------	---------------

yang dilakukan industri ini adalah sekitar wilayah Bandung Raya. Omzet keuntungan yang diterimanya kurang lebih sekitar Rp 20.000.000,-. Modal merupakan kendala utama dalam melaksanakan kegiatannya.

6. Kelurahan Campaka :

Salah satu industri yang ada di wilayah Kelurahan Campaka ini adalah olahan bawang yakni bawang goreng. Industri ini menghasilkan 20-30 kilogram bawang merah per produksi dan dilaksanakan dua kali dalam satu bulan. Pengemasannya masih dilakukan secara manual, dan produk yang telah jadi dijual seharga Rp 15.000,- untuk kemasan kecil dan Rp 50.000,- untuk kemasan besarnya.

Langkah kedua Sosialisasi/Diskusi

Setelah melakukan pengumpulan data., hasil data yang diperoleh di diskusikan di Dinas Industri dan perdagangan Kota Bandung. Ini dilakukan untuk memberikan informasi tentang perniagaan yang ada di Kecamatan Andir Kota Bandung.

Langkah ketiga Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui pertama, berkaitan dengan unsur-unsur yang menjadi kendala dalam perniagaan di Kecamatan Andir. Kedua, memperbaiki data yang kurang sesuai atau adanya penyesuaian atau sinkronisasi data yang terdapat di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Jawa Barat.

Berdasarkan data lapangan yang menjadi masalah adalah berkaitan dengan modal. Modal ini menjadi faktor utama karena berkaitan dengan modal usaha. Selanjutnya tentang sinkronisasi data yang terdapat di lapangan dengan data yang tertera di Dinas tersebut.

KESIMPULAN

Kecamatan Andir mempunyai industri berjumlah 137 unit. Selain itu Kecamatan Andir memiliki 3 pasar, 60 pertokoan, 51 mini market dan 1 departement store. Industri ini tersebar di 6 kelurahan yang ada di Kecamatan Andir. Perkembangan perniagaan ini memberikan kontribusi yang besar dalam menaikkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung.

Dalam pengembangan perniagaan di Kecamatan Andir, yang menjadi permasalahan adalah dalam segi permodalan, terutama apabila jalannya perniagaan tidak berjalan dengan baik atau mengalami kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Syani. (2007). *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan*, Cet. III. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ahmadi, Abu.(2004). *Sosialisasi Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Arifianti R, Moh. Benny Alexandri , Lina Auliana . (2019). Sosialisasi Industri dan Perdagangan di Kecamatan Andir Kota Bandung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kumawula*. Vol. 2, No.1. Bandung : Universitas Padjadjaran
- MoDingler, A., & Enkel, E. (2016). Socialization and innovation: Insights from collaboration across industry boundaries. *Technological Forecasting and Social Change*, 109, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.05.017>
- Hacklin, F., Battistini, B., & Von Krogh, G. (2013). Strategic Choices in Converging Industries. *Harward Business Review*, 55(1), 65–75.
- Pescaru, M. (2018). The importance of the socialization process for the integration of the child in the society. *Articles*

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: p ISSN:	Vol. 1 No. 1	Hal : 93-101	Desember 2020
-----------------------------------------------------------	--------------------	--------------	--------------	---------------

R.U.S., XIV(2), 18–26. Retrieved from <https://ideas.repec.org/a/aar/jurnal/vny2018i2a2.html>

Sutaryo. (2004). *Dasar-dasar Sosialisasi*. Jakarta: Rajawali Press.