

MAKALAH



NO. PERPUSSTAKAAN	UNP
TANGGAL	31 Januari 2012
SUMBER/TAJUK	Hd 1
KOLEKSI	PI
NO. IDENTIFIKASI	29/Hd/2012-m.1(C1)
IDENTIFIKASI	338.642 Yul m.1

MENINGKATKAN KUALITAS INDUSTRI KECIL KERAJINAN DALAM MENGHADAPI KRISIS GLOBAL

Oleh

Dra. Hj. Yuliarma, M.Ds.
NIP. 131 762 598

Disajikan pada Rapat Konsultasi dan Konsolidasi Dekranasda Provinsi Sumatera Barat dengan Dekranasda Kab/ Kota Se Sumatera Barat di Padang Tanggal 20 Januari Tahun 2009

**JURUSAN KK/FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2009**


MILIK PERPUSTAKAAN
UNIV. NEGERI PADANG

LEMBAR PENGESAHAN

Makalah ini telah dipresentasikan oleh Dra.Hj.Yuliarma,M.Ds, dosen Tata Busana KK – UNP tanggal 20 Januari 2009, pada acara Rapat Konsultasi dan Konsolidasi Dekranasda Provinsi Sumatera Barat dengan Dekranasda Kab / Kota Se Sumatera Barat di Padang. Judul makalah yaitu Meningkatkan Kualitas Industri Kecil Kerajinan Dalam Menghadapi Krisis Global.

Padang, 20 januari 2009

Ketua Dewan Kerajinan Nasional Daerah
Provinsi Sumatera Barat,

The image shows a circular official stamp of the National Crafts Council of West Sumatra (Dewan Kerajinan Nasional Daerah Provinsi Sumatera Barat). The stamp contains the text "DEWAN KERAJINAN NASIONAL DAERAH PROVINSI SUMATERA BARAT" around the perimeter and "NATIONAL CRAFTS SUM. BARAT COUNCIL" in the center. A handwritten signature is written over the stamp.

Ny.Hj.Vita Gamawan Fauzi, SH

MENINGKATKAN KUALITAS INDUSTRI KECIL KERAJINAN DALAM MENGHADAPI KRISIS GLOBAL¹

Oleh: *Dra. Hj. Yuliarma, MDs.*²

A. PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Industri kecil, khususnya bidang kerajinan telah memberi sumbangan yang cukup berarti dalam menunjang pertumbuhan perekonomian nasional. Bagi Sumatera Barat industri kerajinan merupakan andalan pada semua daerah, karena ternyata dapat menyerap angkatan kerja yang cukup banyak. Dengan demikian tentunya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat secara langsung, baik bagi angkatan kerja sebagai perajin maupun bagi pengusaha sendiri. Hal ini dapat dibuktikan dari data pertumbuhan ekonomi Sumatera Barat tahun 2004, bahwa kontribusi yang paling besar disumbangkan oleh usaha kecil menengah (UKM), yaitu mencapai 4,8%, sedangkan kontribusi perusahaan besar hanya 4,0% (Padang Ekspres, 2 Agustus 2005). Data ini menunjukkan salah satu kekuatan ekonomi Sumatera Barat terletak pada UKM, diantaranya bidang kerajinan dan usaha makanan tradisional.

Mengingat usaha kerajinan ini memperlihatkan arti dan peran yang sangat penting, baik sebagai peningkatan pendapatan masyarakat maupun sebagai penyerap tenaga kerja di pedesaan Sumatera Barat, pengembangan dan pembinaan industri kecil kerajinan sangatlah penting dalam kondisi ekonomi seperti sekarang ini. Hal ini sejalan dengan strategi dan arahan kebijakan pemerintah dalam menanggulangi krisis ekonomi, yaitu pembinaan dan pengembangan industri kecil dan menengah serta koperasi berbasis teknologi (Kepmenegristek nomor 02/M/KP/III/2000).

¹ Disampaikan pada Kegiatan Rapat Konsultasi dan Konsolidasi Dekranasda Sumatera Barat, Padang, Selasa 20 Januari 2009,

² Dosen FT-UNP; konsultan desain dan Tata Busana, Desainer Tekstil dan Fashion
Dra. Hj. Yuliarma, MDs

Diantara hasil industri kerajinan yang populer di Sumatera Barat adalah bordir, sulaman, renda, songket, perak, kulit dan anyaman, baik dilihat dari jenis produknya maupun nilai seninya. Dalam meningkatkan ekspor non-migas jenis produk bordir, sulaman, dan songket berupa baju, kain, selendang, jilbab, mukena, peci haji, sandal, sprengi dan asesoris merupakan unggulan industri kerajinan di Sumatera Barat. Ini ditunjukkan dengan luasnya pangsa pasar produknya yang meliputi pasar dalam dan luar negeri, diantaranya Malaysia, Singapura dan Brunei Darussalam. Indikasinya adalah permintaan produk tersebut sering dalam jumlah yang banyak, mencapai ratusan kodi/bulan.

Berdasarkan: (1) hasil penelitian penulis tahun 2003, 2007; (2) hasil diagnosis terhadap kelompok perusahaan IKM Sandang binaan Sumatera Barat melalui program 'On Company Level' Direktorat industri Sandang Ditjen. IKM Jakarta tahun 2006 dan 2007; dan (3) hasil observasi serta wawancara dengan beberapa sentra pada industri kecil kerajinan di daerah solok, Bukittinggi, kab. Agam, Padang dan Pariaman tahun 2008 melalui kegiatan pengabdian pada masyarakat diketahui bahwa, **usaha industri kecil kerajinan pada umumnya tidak berkembang, persaingan pasar global penjualan produk menurun, produktivitas masih sangat rendah, ekspor ke negara Malaysia jauh berkurang.**

Dari hasil analisis situasi ditemukan beberapa penyebab antara lain:

- *Terbatasnya fasilitas operasional yang menunjang produktivitas dengan kapasitas tinggi.*
- *Minimnya keahlian/keterampilan profesional teknis dan desain.*
- *Kurangnya kemampuan menghasilkan produk beragam yang sesuai selera pasar.*
- *Kurangnya pembinaan berkelanjutan dari lembaga pemerintah maupun masyarakat yang menyentuh aspek desain dan teknis,*
- *Siklus kerja masih bergantung pesanan, bukan merupakan penelitian dan pengembangan mandiri.*

- *Desain yang dihasilkan merupakan produk yang disesuaikan keinginan pemesan atau yang mentradisi, sehingga tidak memiliki kesempatan mengembangkan potensi desain*
- *Kualitas produk yang dihasilkan dikontrol dengan jalan "manual"*
- *Sistim produksi dilakukan dengan cara upah borongan, sehingga lay out tidak mengikuti standar operasional yang mengikuti alur proses.*
- *Dana yang dapat mendukung keberhasilan produk masih sangat terbatas, artinya perputaran dana pada umumnya hanya dari hasil produk yang sudah terjual,*
- *Di dalam pemasaran ternyata sebagian besar produk belum mampu bersaing dengan harga jual tinggi, karena mutu desain rendah, dan produk kurang beragam sesuai selera pasar.*

Kondisi ini merupakan ciri industri kerajinan yang belum digarap secara profesional (Arman, 1995). Dalam menghadapi krisis global sekarang ini, pembahasan makalah ini lebih ditekankan pada program peningkatan kualitas industri kecil kerajinan melalui pengembangan desain, teknis dan diversifikasi produk.

Tujuan

Kegiatan program pengembangan desain, teknis dan diversifikasi bertujuan untuk (1) memperluas wawasan perajin terhadap pemahaman materi pengembangan desain dan produk, (2) meningkatkan keterampilan perajin dalam mengembangkan desain hiasan dan struktur/model dengan memperbaiki proses pembuatan desain (3) meningkatkan kreativitas mengembangkan jenis produk inovasi dengan memodifikasi, eksperimentasi, dan eksploitasi.

B. PERMASALAHAN

Berdasarkan analisis situasi yang diuraikan di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: 1) rendahnya mutu desain dan produk disebabkan kurangnya pengetahuan dan ketrampilan perajin

dalam proses pembuatan desain, pengembangan desain dan teknis produksi; 2) kurang bervariasinya jenis produk disebabkan kurang mampu perajin dalam mengembangkan desain inovasi dengan modifikasi, eksperimentasi, dan eksploitasi sesuai selera pasar.

Minimnya keahlian/ketrampilan profesional teknis dan desain, khususnya dalam meningkatkan mutu dan diversifikasi produk sangat dipengaruhi oleh : kurangnya program kegiatan pembinaan berkelanjutan oleh tenaga ahli yang profesional, yang dilakukan secara langsung untuk mengembangkan desain dengan memperbaiki proses dan diversifikasi produk. **Sehingga monitoring hasil dan tindak lanjut serta uji pasar terabaikan.**

Selama ini desain produk kerajinan masih belum dikembangkan sesuai dengan prinsip-prinsip pengembangan desain, pengetahuan mode, dan berorientasi pada pasar. Misalnya masalah komposisi, keseimbangan, ritmik, aksentuasi, dan pola hias kurang mendapat perhatian.

Desain motif, warna, teknik hias dan model baju dibuat dari replikasi gambar-gambar yang ada sejak dulu dan dipakai berkali-kali atau dengan menjiplak desain baju yang beredar dipasaran; sehingga hasil desain yang dibuat kurang inovatif, cenderung kaku, tanpa pola hias yang jelas dan bernilai estetis rendah; akibatnya produk kurang menarik minat pembeli dan jenuh dipasaran.

Dikaitkan dengan desain modern, ada empat hal yang belum mendapat perhatian yaitu: (1) kontak ekonomi pada saat desain dibuat, (2) penggunaan teknologi baru yang memungkinkan seorang desainer bermain dengan bentuk, motif, warna, teknik dan mode, (3) hubungan antara produk konsumsi dan kepuasan pribadi, (4) kebutuhan masyarakat dengan berbagai perubahannya (Domer, 1990).

C. PEMBAHASAN

Konsep Dasar Peningkatan Kualitas Melalui Pengembangan Desain, Teknis dan Diversifikasi

Di Indonesia, dunia fashion sudah berkembang demikian pesatnya. Akibat begitu gencarnya informasi dari arus globalisasi, sehingga mempengaruhi gaya hidup dan gaya berbusana masyarakat Indonesia. Informasi mengenai *trend mode* yang sedang 'in' di belahan dunia barat sana sudah bisa diterima disini pada saat yang hampir bersamaan dengan di keluarannya prediksi tersebut oleh para perancang busana dunia melalui TV atau internet. Transformasi budaya ini menyebabkan terjadinya pergeseran nilai-nilai budaya, estetis dan tradisonal. Karena itu, mode pada pakaian senantiasa berubah mengikuti perkembangan dalam masyarakat.

Selain itu akibat perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan juga menimbulkan perubahan dan perkembangan dalam mutu teknologi proses produksi mengikuti metoda berproduksi secara internasional, seperti: desain, pola, ukuran, teknik jahit, teknik finishing, teknik hias serta mutu penggunaan bahan baku dan perawatan.

Desain pakaian sebagai mata rantai industri yang bergerak di bidang produksi barang kebutuhan masyarakat sudah selayaknya diarahkan kepada kebutuhan dan tuntutan masyarakat pembeli. Besarnya peranan masyarakat tercermin pada kenyataan bahwa pada merekalah sesungguhnya ada hak untuk memilih jenis produk yang dianggap sesuai atau mereka menolak pengakuan terhadap cara, model, motif, warna, tekstur, bahan dan teknik serta gaya yang tidak memenuhi selera.

Sebagian besar industri kecil kerajinan di Sumatera Barat berproduksi secara tradisional baik dari sistem produksi (lay out) maupun fasilitas penunjang lainnya. **Kelemahan pada aspek-aspek produksi, mutu dan desain, sumber daya manusia, pemasaran, administrasi dan keuangan industri** terletak pada kualitas kerja yang tampak asal-asalan saja, sedangkan kontrol kualitas belum dapat dilaksanakan secara tepat; karena mereka sudah merasa puas dengan hasil yang telah dicapai. Dari pihak konsumen juga jarang diterima keluhan atau pengaduan.

Kelemahan lain terletak pada kualitas bahan (mudah luntur, rapuh dsb). Faktor pengepakan, keamanan, dan kecepatan waktu penyerahan

produk, transportasi, jaminan layanan purna jual, agaknya masih belum ditangani secara serius. *

Perkembangan pasar produk kerajinan Industri kecil masih mengandaikan pada kemampuan keterampilan semata dan belum menyentuh pada keinginan atau kemauan sipembeli.

Keinginan untuk mencoba teknologi baru, atau memanfaatkan kemampuan peralatan baru dari pihak perajin belum terlihat, agaknya masih membutuhkan waktu belajar paling tidak sampai yang bersangkutan mengalami benturan-benturan yang bisa lebih menyadarkan mereka akan perlunya usaha peningkatan kemampuan diri ke arah modernisasi.

Dengan demikian, tantangan besar dalam menghadapi krisis global adalah "bagaimana menghadapi masalah (*issue*) dalam metode pembimbingan bagi perajin" atau bagaimana cara agar perajin/pengusaha bisa menyadari bahwa kelangsungan proses produksi tidak hanya ditentukan oleh keadaan atau permintaan pasar belaka, tetapi produk yang dibuat haruslah didasarkan pada tuntutan pasar yang terus berubah. Misalnya, 1) data tentang bagaimana proses produksi paling efisien, 2) biaya yang bisa ditekan, 3) waktu pembuatan yang bisa diperpendek, 4) selera desain dengan mode yang sedang digemari, dan 5) produk beragam yang sesuai selera pasar.

Apabila dikelola secara baik serta menggunakan metoda standar international, industri kecil cukup potensial untuk berkembang menjadi IKM modern berorientasi ekspor. Upaya peningkatan daya saing antara lain dengan memfasilitasi pengusahanya (SDM) dengan cara kegiatan pembinaan dari pihak yang terkait.

Program pengembangan yang sesuai, dapat mempromosikan nilai budaya, memberikan nilai tambah terhadap pertumbuhan ekonomi perajin dan pengusaha, meningkatkan daya jual yang lebih baik serta dapat meningkatkan kualitas produk .

Penerapan teknologi dan sistem perekonomian baru akan menimbulkan efek berantai, meluasnya lapangan pekerjaan yang mengakibatkan peningkatan penghasilan dan taraf hidup masyarakat

perajin dan pengembangan desain serta produk yang diharapkan dapat diterima oleh masyarakat. Dengan demikian pasar akan semakin luas, sementara mutu dan produktivitas meningkat.

Wacana DESAIN

- **Desain** adalah manifestasi kebudayaan yang berwujud, produk dari nilai-nilai yang berlaku pada kurun waktu tertentu. Desain tidak terlepas dari fenomena kebudayaan lain, dari sistem nilai yang bersifat abstrak dan spiritual, desain selalu terkait dengan sistem ekonomi, dan sistem sosial
- **Desain** sebagai sebuah proses yang melibatkan alat untuk memproses, objek yang diproses, dan pemroses
- **Desain** adalah wahana untuk melaksanakan inovasi pada pelbagai kegiatan industri dan bisnis
- **Desain** adalah kegiatan yang memberi makna dunia usaha ke arah strategi kompetisi
- **Desain** adalah suatu tindakan yang memberi jaminan inovasi produk di masa depan
- **Desain** sebagai ekspresi berkarya, menyiratkan nilai budaya, lingkungan alam-fisik, dan daya adaptasi terhadap perubahan, dapat menjadi media untuk menegaskan identitas kelompok dengan segala keunikannya
- **Desain** menjadi sarana apresiasi yang sensitif terhadap perbedaan kultural, sekaligus **pemahaman multikultural**

Makna MUTU

- Tingkatan kebaikan akan kesempurnaan dan superioritas, baik performansi maupun struktur
- Kini, istilah mutu telah meluas dan mewahana ke berbagai bentuk pengertian dalam dimensi pemaknaan, prinsip, tujuan, perupaan, hingga menyangkut pengaruh kebhinekaan budaya Indonesia

Konsep Pengembangan

Memecahkan masalah inovasi, diversifikasi dan modifikasi berdasarkan konteks persoalan

Produk hasil mengutamakan hal yang berkaitan dengan aspek psikologis, estetis dan nilai budaya, dengan cara: survey lapangan, inventarisasi masalah pengelola dan perajin, diskusi partisipatif

Menghadapi perubahan zaman dan gaya hidup masyarakat, produk hasil merupakan implementasi dari *global marketing* sebagai strategi menghadapi persaingan

- Studi pustaka, studi perbandingan dalam lingkup metode pengembangan sentra beserta teori pendekatannya

Pengembangan Produk Kerajinan dalam Bentuk Pakaian Jadi

Bisnis produk busana sekarang ini menunjukkan perkembangan yang begitu pesat, Hal ini tentu tidak terlepas dari meningkatnya perekonomian masyarakat dan kemajuan yang telah dicapai oleh bangsa Indonesia. Kemajuan pada berbagai bidang telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, orang menjadi sibuk dan ingin segala sesuatunya serba cepat dan praktis.

Begitu pula halnya dalam kebutuhan berbusana, sebagian masyarakat mulai mempunyai kecenderungan untuk menggunakan produk "Busana Jadi" atau "**Pakai Jadi**" dengan berbagai pertimbangan antara lain: cepat, praktis, banyak pilihan dan harga relatif murah dibandingkan dengan menggunakan jasa penjahit.

Dengan demikian, pilihan konsumen akan barang dan jasa juga berubah dalam berbagai bentuk dan cara, sehingga pemenuhan kebutuhan dan keinginannya menjadi lebih kompleks. Terlepas dari itu semua fenomena dan pergeseran *trend* masyarakat dalam berbusana sekarang ini menjadi faktor pendorong tersendiri bagi perkembangan bisnis produk busana di Indonesia.

Adanya kecenderungan semakin banyak masyarakat yang mulai beralih menggunakan produk busana jadi (pakaian jadi) menyebabkan semakin banyak berdiri perusahaan busana seperti: konveksi, garmen, butik, rumah mode, dan sebagainya. Hal ini berarti persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat. Munculnya banyak pesaing membawa berbagai permasalahan yang harus dihadapi oleh perusahaan antara lain: turunnya hasil penjualan, pertumbuhan perusahaan yang lambat, pola pembelian konsumen yang dapat berubah dan sebagainya. Karena itu industri kecil kerajinan Sumatera Barat, khususnya sulaman dan bordir sudah seharusnya mengarahkan pengembangan produk **Pakaian Jadi**.

Selama ini produk-produk jadi merupakan komoditi ekspor yang memberikan kontribusi relatif besar terhadap pendapatan negara dan juga mampu menyerap tenaga kerja yang cukup besar. Namun, sekarang ini, trend perkembangan ekspornya mulai menurun. Hal ini tentunya disebabkan berbagai faktor baik internal (kemampuan perusahaan dan lingkungan makro Indonesia) maupun eksternal (globalisasi perdagangan).

Dukungan nilai ekspor diharapkan banyak datang dari IKM Pakaian jadi dan untuk mendorong peningkatan kinerjanya ekspor IKM Pakaian jadi sekaligus pengaman pasar dalam negeri dari serbuan produk impor perlu dilakukan upaya-upaya kearah peningkatan daya saing produk (*comparative advantage, competitive advantage, cooperative advantage*).

Strategi Pemasaran

Dalam persaingan bisnis yang ketat dan lingkungan usaha yang selalu bergejolak, sangat diperlukan strategi pemasaran yang berorientasi pasar (*market – driven – strategies*) yang dapat mengantisipasi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan harus lebih dekat dengan konsumen dalam upaya mengatasi ancaman-ancaman persaingan dan memperkuat keunggulan. Karena itu pemahaman kebutuhan dan keinginan konsumen yang bervariasi menjadi pedoman dalam merancang strategi pemasaran. Dengan demikian dibutuhkan produk yang

memungkinkan adanya banyak pilihan, baik dari segi harga, bentuk, gaya maupun kualitas.

Selama ini produk-produk jadi merupakan komoditi ekspor yang memberikan kontribusi relatif besar terhadap pendapatan negara dan juga mampu menyerap tenaga kerja yang cukup besar. Namun, sekarang ini, trend perkembangan ekspornya mulai menurun. Hal ini tentunya disebabkan berbagai faktor baik internal (kemampuan perusahaan dan lingkungan makro Indonesia) maupun eksternal (globalisasi perdagangan).

Dukungan nilai ekspor diharapkan banyak datang dari IKM Pakaian jadi dan untuk mendorong peningkatan kinerjanya ekspor IKM Pakaian jadi sekaligus pengaman pasar dalam negeri dari serbuan produk impor perlu dilakukan upaya-upaya kearah peningkatan daya saing produk (comparative advantage, competitive advantage, cooperative advantage).

Program PELATIHAN

- 1. Tahap Dasar**
- 2. Tahap Terampil**
- 3. Tahap Mahir**

Masa Kegiatan Minimal 3 tahun

Alternatif PRODUK MASA DEPAN

- a. Produk dalam konteks pelestarian budaya tradisional,**
- b. Produk dalam konteks pelestarian lingkungan,**
- c. Produk dalam konteks pemberdayaan masyarakat,**
- d. Produk dalam konteks kreativitas,**
- e. Pengembangan produk berawal dari penggemblengan mentalitas bangsa,**

D. PENUTUP

Pada bagian akhir ini perlu dikemukakan beberapa hal yang berkaitan dengan upaya peningkatan kualitas industri kecil kerajinan dalam menghadapi krisis global

1. Bahwa secara tegas dinyatakan program pembinaan desain dan teknis yang tidak berkelanjutan maka permasalahan peningkatan mutu akan sulit dicapai.
2. Perlunya program pembinaan yang lebih teknis dalam menyelesaikan masalah-masalah pengembangan desain dan mutu, proses produksi, SDM, pemasaran, administrasi dan keuangan, mode dan kebutuhan pasar untuk peningkatan wawasan dan ketrampilan profesional di industri kecil .

Sumber:

- Anas, Biranul.(2000). Strategi Pengembangan Desain Batik: Desain dan Kualitas Produk, Aspek dan Prospek", Makalah Seminar Problematik & Prospek Pengembangan Desain Batik, Bentara Budaya Yogya, 8 Sep
- Asiantun, Kapti. (2005). Teknik Kombinasi Warna Prang Dalam Produk Fashion. Prosiding Seminar Nasional Program Studi Teknik Busana FT-UNY. Vol.1, No.1.
- Affendi, Yusuf. (1996/1997). *Warna dan Lingkungan*. Bandung: ITB. Tidak diterbitkan.
- Chodiyah, dkk. (1982). *Desain Busana*. Jakarta, Depdikbud.
- Depperind. (2000). *Komoditi Unggulan Industri*. Sumatera Barat, Padang.
- Domer, Peter. (1990). *The Meaning of Modern Design*. Thames and Hudson.
- Liddel, Louise. A. (1981). *Clothes and You're A pareance, Illionis the geogheartwilcox company*. Inc.
- Nanang, Rizaldi. (2000) *Kecenderungan Pasar Dan Perkembangan Mode Sebagai Alternatif Pendekatan Dalam Perancangan Tekstil Cetak, Wacana Seni Rupa*, Jurnal SR dan D Bandung.
- Sachari, Agus. (1986). *Desain, Gaya dan Realitas*. PT. Gramedia, Jakarta.

- Sardi, Kuntari, dkk. (1991). *Desain Proses. Makalah Workshop Seni Rupa dan Kerajinan*. Yogyakarta, 13 – 23 Februari 1991.
- Sunarya, Yan Yan. (2000). *Rumusan Kerajinan Jabar dalam Perspektif Modern*. Seminar Dekranasda Jabar, Gillow, John, *Traditional Indonesian Textiles*, Thames and Hudson Ltd., London, 1992;
- Tarigan, B. (1996). *Managemen Produksi*. Makalah Program Pelatihan Guru SMA se Indonesia. Bandung.
- Heskett, John.(1986) *Desain Industri*, Terjemahan, INDDDES ITB, Rajawali, Bandung,
- Yuliarma. (2000). *Upaya Peningkatan Sulaman Benang Emas Di Naras Pariaman dan Lubuk Begalung*. Padang: DP3M -Lemlit UNP.
- Yuliarma. (2002). *Studi tetang Desain Hiasan Bordir di Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam*. Padang: Lemlit UNP.
- (2007), *Perbaikan Proses Pembuatan Desain dan Teknik Hias Bordir Serta Modifikasi Baju Tradisional Minangkabau untuk Meningkatkan Mutu dan Dversifikasi Produk*,Padang : DP2M Jakarta -Lemlit UNP.
- (2008), *Kajian Penerapan teknologi Pengemasan Produk Makanan Tradisional Sumatera Barat*. Padang : Balitbang Propinsi Sumatera Barat.
- (2008), *Upaya Peningkatan Kreatifitas Mahasiswa Melalui Pembelajaran Traing Model Dan Portofolio dalam Pembuatan Desain Busana Modifikasi*. Padang : Ditjen PTDPN Jakarta - Lemlit UNP.
- (2008), *Pengembangan desain dan diversifikasi produk Konveksi/Garmen*. Padang : Modul BDI Regional II.
- (2008), *Pengembangan Desain dan Diversifikasi Produk Bordir*. Padang : Modul BDI Regional II.
- (2008), *Mutu dan Desain Poduk tekstil* . Padang : Modul BDI Regional II.
- (2008), *Manajemen Usaha Busana*. Padang : Modul BDI Regional II.

338.642

Yul

m-1

29/11/2012-11-1 (1)

Yuliarma, Aktif meneliti dan melakukan pengembangan di bidang Desain fashion, desain Tekstil-Kriya dan Tata busana, Desain Kemasan. Dosen di Fakultas Teknik UNP untuk program S-1, mata kuliah: Desain Ragam hias, Dasar desain, Perkembangan Mode Busana, Sejarah Busana dan Pengetahuan Tata Busana, Busana Dasar, Busana Daerah, Busana Wanita. Juga Pengajar dan tenaga ahli di Balai Diklat Industri Regional II Padang Tahun 2007-2010 untuk materi: Pengembangan desain dan diversifikasi produk Konveksi/Garmen, Pengembangan Desain dan Diversifikasi Produk Bordir, Mutu dan Desain Produk tekstil, Manajemen Usaha Busana dan Sarana Produksi; Juga tenaga ahli pada program 'On Company Level' Direktorat industri Sandang Ditjen. IKM Jakarta tahun 2006 dan 2007; giat menulis artikel desain/kriya/Tata busana di pelbagai media ilmiah, di samping menjadi /konsultan desain/kriya/tata busana. Kemudian, selaku Asesor Kompetensi Bidang Garmen dan Desain di Departemen Perindustrian Ditjen IKM Jakarta, Juga Ketua Majelis Ta'lim Sumatera Barat bidang Ekonomi masa 2009-2014. Menjadi *Reviewer* dan Narasumber DP2M Jakarta tahun 2007 hingga sekarang pada Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat.

- Alamat e-mail: yuli_arma@yahoo.co.id
- HP : 08156202242