PERAN INTERNET BAGI MAHASISWA PRODI D3 TATA BUSANA UM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN WIRA USAHA BUSANA

Agus Hery Supadmi Irianti

Jurusan TI Fakultas Teknik UM
E-mail: agushery_um52@yahoo.co.id

Abstrak: Salah satu kompetensi lulusan mahasiswa Prodi D3Tata busana, adalah Pengelola Usaha Busana. Konsekuensi dari kompetensi tersebut maka banyak lulusan yang menciptakan lapangan kerja melalui wira usaha busana. Untuk mengembangkan wira usaha busana, promosi adalah salah satu bagian penting dalam menjalankan usaha bidang busana. Dalam melakukan pemasaran harus memiliki penguasaan tentang bagaimana agar produknya dapat dikenal masyarakat dan bagaimana agar produknya laku. Untuk menjawab hal tersebut maka promosi adalah jawaban yang paling tepat. Peran internet yang berkaitan dalam meningkatkan wira usaha busana adalah internet sebagai media promosi dan internet sebagai media perdagangan elektronik (*e-commerce*). Kenyataan bahwa dengan melihat berbagai keuntungan internet sebagai media promosi dan media perdagangan elektronik, maka pemanfaatan internet ini dapat meningkatkan wira usaha busana dengan jangkauan konsumen yang lebih luas dan lebih mudah.

Kata Kunci: Internet, Media promosi, wira usaha busana

Salah satu kompetensi lulusan mahasiswa Prodi D3Tata busana, adalah Pengelola Usaha Busana, yaitu pengelola usaha modiste, pengelola usaha industri, pengelola usaha butik. Untuk mencapai kompetensi tersebut, Pengelola lulusan harus memiliki (1) pengetahuan tentang manajemen (2) Memiliki kemampuan mengelola usaha busana industri (3) Memiliki kemampuan mengelola usaha busana modiste/tailor (4) Memiliki kemampuan mengelola usaha busana butik (Katalog Jurusan TI FT UM). Konsekuensi dari kompetensi tersebut maka banyak lulusan yang menciptakan lapangan kerja melalui wira usaha busana. Untuk mengembangkan wira usaha busana, promosi adalah salah satu bagian penting dalam menjalankan usaha bidang busana. Pro-

mosi ini dapat dilakukan dengan bermacam cara, baik melalui media cetak maupun media elektronik, diantaranya melalui internet.

KOPETENSI MAHASISWA PRODI D3 TATA BUSANA UM.

Menurut Tim Pengembang Standar Kompetensi Busana yang dimaksud dengan kompetensi adalah kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan, melaksanakan pekerjaan yang dilandasi oleh pengetahuan, ketrampilan dan sikap kerja (2003:6). Konsep kompetensi secara luas harus berhubungan dengan kegiatan atau praktik di tempat kerja secara nyata, ditunjukkan sebagai hasil kerja. Kompetensi mahasiswa D3 Prodi tata busana secara lengkap tertuang dalam tabel berikut ini:

No	Kompetensi
1	<p>Supervisor Industri Busana</p> <p>Sub Kompetensinya meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kemampuan menggunakan alat jahit dengan tepat 2. Memiliki pengetahuan memilih bahan 3. Memiliki kemampuan membuat desain 4. Memiliki kemampuan membuat pola busana (konstruksi standart). 5. Memiliki kemampuan membuat pola secara gradir j. 6. Memiliki kemampuan memotong bahan sesuai pola , menjahit sesuai model , packing dan labeling 7. Memiliki kemampuan menghias kain/busana 8. Memiliki kemampuan membuat pelengkap busana 9. Memiliki kemampuan tentang Pengetahuan dan keterampilan K3 10. Memiliki kemampuan melakukan komunikasi dengan baik 11. Memiliki kemampuan tentang kepengawasan (supervisi) pada perencanaan produksi, proses dan pengendalian mutu.
2.	<p>Pengelola Usaha Busana</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengelola Usaha Busana Modiste - Pengelola Usaha Busana Industri - Pengelola Usaha Butik <p>Sub Kompetensinya adalah:</p> <p>Memiliki pengetahuan tentang manajemen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki kemampuan mengelola usaha busana modiste/tailor - Memiliki kemampuan mengelola usaha busana industri - Memiliki kemampuan mengelola usaha busana butik
3	<p>Instruktur Bidang Busana</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kemampuan melakukan komunikasi dengan baik 2. Memiliki Kemampuan dan Ketrampilan menyampaikan materi bidang busana

Dalam menyiapkan lulusan yang memiliki kompetensi pengelola usaha, maka mahasiswa dibekali dengan mata kuliah pendukung, yaitu: Manajemen Industri, Manajemen Kualitas, Praktik Industri, Pengantar Ekonomi, Manajemen, Industri, Manajemen Kualitas, Manajemen Pemasaran, Kewirausahaan, MUB Modiste/tailor, MUB Industri, dan MUB Butik

Mata kuliah tersebut diatas merupakan bukti bahwa mahasiswa memang telah dibekali pengetahuan yang relevan untuk menjadi pengelola usaha yang handal.

WIRA USAHA BUSANA

Usaha adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan suatu hasil tujuan tertentu. Adapun usaha busana merupakan usaha di bidang jasa untuk melayani konsumen yang memiliki sifat komersial, semi komersial dan non komersial (Soetarno,2001). Jenis-jenis usaha busana antara lain: Modiste, Tailor, Atelier, Butik, Konfeksi, Distro, Rumah mode, Adi busana, Garment, Bordir, Kursus menjahit (Sri Wening & Sicilia Savitri:1994)

Modiste

Modiste adalah usaha penjahitan yang hanya menerima pesanan busana wanita dan anak, pengelolaannya sangat sederhana, semua pekerjaan dilakukan sendiri.

Tailor

Usaha bidang busana yang mengerjakan busana pria khususnya setelan jas, dan kadang dapat pula mengerjakan jas wanita, teknik yang digunakan adalah teknik tailoring.

Atelier

Atelier sebagai bengkel atau rumah mode tempat untuk mengolah mode busana melayani pesanan per-

seorangan atau jumlah besar/konfeksi dan menjual busana jadi serta pelengkap busana.

Butik

Toko yang menjual busana jadi, bahan busana berkualitas tinggi dan pelengkap busana, asesoris, millineris serta dapat dilengkapi dengan salon kecantikan dan spa, untuk perawatan dan riasan

Konfeksi

Pembuatan busana secara masal atau dalam jumlah yang banyak, tidak diukur menurut pemesan tetapi mempergunakan ukuran yang telah dibakukan, yaitu: S, M, L atau dengan ukuran nomor 1, 2, 3 dan seterusnya. Sistem pembuatan busana konfeksi dikerjakan dengan cara kerja cepat dan efisien. Hasil produksi bermacam-macam tingkat kualitasnya tergantung dari harga serta tingkatan ekonomi yang membutuhkan.

Distro

Distro artinya distribusi store, ciri khas distro adalah eksklusif, jadi produk busana yang ada pada distro tidak pernah banyak. Produk yang dijual pada distro adalah busana casual, serta seluruh kebutuhan fashion bagi anak muda pada khususnya, termasuk pelengkap busana.

Rumah Mode

Rumah mode adalah tempat dimana melayani jasa dalam bidang merancang model busana dan membuat busana sesuai dengan keinginan atau pesanan pelanggan yang mana busana tersebut tidak diproduksi secara massal akan tetapi desain dan hasil busana tersebut telah menjadi milik para pelanggan yang memesan busana tersebut.

Adi Busana (*house couture*)

Adi busana adalah usaha busana yang hampir sama dengan rumah mode. Adi busana melayani atau memproduksi suatu busana yang tidak diproduksi dalam jumlah banyak, desain busana bisa dari pemilik atau perancang busana atau sesuai dengan keinginan konsumen.

Garmeri

Garmen adalah usaha membuat pakaian jadi dengan jumlah banyak. Dalam memproduksi, ukuran busana didasarkan ukuran standar, tidak diukur menurut ukuran pemesan. Garmen memproduksi satu model pakaian dalam jumlah ratusan bahkan sampai ribuan

Bordir

Bordir populer di Indonesia dari pada sulam, sehingga orang mendefinisikan bordir sebagai salah satu kerajinan ragam hias yang menitikberatkan pada keindahan dan komposisi warna

Kursus Menjahit

Merupakan usaha yang berkaitan dengan busana tetapi tidak langsung membuat busana, tingkatan pada kursus menjahit adalah tingkat ketrampilan dasar, tingkat terampil, tingkat mahir.

PRODUK BUSANA DAN PEMASARANNYA

Produk adalah atribut suatu sifat kompleks baik dapat diraba atau tidak dapat diraba termasuk bungkus, warna, harga dan pelayanan yang diterima oleh pembeli/konsumen sehingga memuaskan keinginan atau kebutuhannya (Basuswasta:1993). Produk bidang busana adalah setiap barang atau jasa apa saja yang dibuat atau ditawarkan untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian/konsumsi dalam bentuk

busana, perlengkapan busana dan lenan rumah tangga. Secara pengelompokan produk bidang busana dapat dibedakan atas: Busana inti, Busana Dalam, Pelengkap Busana, Lenan rumah tangga

Adapun ciri-ciri produk pakaian yang berkualitas adalah: Memiliki keistimewaan tambahan/ciri khusus yang tidak sama dengan yang lain, Kesesuaian dengan spesifikasi, Daya tahan produk, Keindahan, Desain, Kenyamanan, Pelayanan, Kemasan, Harga

Lima hal yang harus diperhatikan dalam pemasaran produk, menurut buku marketing yang ditulis Hector Lazo(1976) adalah sebagai berikut: Konsumen/pasar, Target Konsumen, Signifikansi kemampuan daya beli konsumen, Daya beli konsumen, Perubahan sikap konsumen dalam membeli

Persaingan bisnis yang semakin ketat dewasa ini menghendaki konsep konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Bisnis yang berorientasi pada kepuasan konsumen menurut Sutriyati:2005 akan memasuki pasar melalui *market targeting* dan *positioning*. Melalui *market targeting*, diharapkan mampu melayani kebutuhan dan keinginan konsumen secara cepat. Sedangkan *positioning* diharapkan dapat menempatkan produknya sebagai produk spesifik di benak konsumen sehingga akan menghasilkan keunggulan bersaing. Pemasaran produk busana di Indonesia cukup strategis mengingat besarnya populasi masyarakat Indonesia yang semakin meningkat sehingga makin banyak produk busana yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Dalam melakukan pemasaran harus memiliki penguasaan tentang bagaimana agar produknya dapat dikenal masyarakat dan bagaimana agar produknya laku. Untuk menjawab hal tersebut maka promosi adalah jawaban yang paling tepat. Kegiatan yang berkaitan dengan promosi ini adalah per-

iklanan, yang memiliki tujuan: Mendukung program personal selling dan kegiatan promosi yang lain, Mencapai orang yang tidak dapat dicapai oleh salesman, Mengadakan hubungan dengan para penyalur, Menarik langganan baru

INTERNET SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN WIRA USAHA BUSANA

Banyak jenis media yang dapat digunakan sebagai media promosi. Jenis media tersebut yang biasa digunakan adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, pos langsung, selebaran, dll. Seiring dengan perkembangan khususnya teknologi, maka jenis media yang dapat dijadikan sarana promosi pun juga berkembang. Hal yang sangat pesat dapat kita rasakan adalah internet.

Diera globalisasi, negara-negara diberbagai belahan dunia sudah tidak ada lagi batas dalam memperoleh informasi. Dalam waktu yang sama di tempat berbeda dengan jarak yang jauh sekalipun orang saling bertukar informasi. Kemajuan teknologi informasi ini tidak hanya dirasakan oleh dunia bisnis, akan tetapi dunia pendidikan juga ikut merasakan manfaatnya, antara lain mahasiswa Prodi D3 Tata Busana.

Pengertian internet itu sendiri adalah jaringan (Network) komputer terbesar di dunia. Jaringan berarti kelompok komputer yang dihubungkan bersama, sehingga dapat berbagi pakai informasi dan sumber daya (Shirky, 1995:2). Sedangkan menurut Sidharta (1996) pengertian Internet adalah forum global pertama dan perpustakaan global pertama dimana setiap pemakai dapat berpartisipasi dalam segala waktu. Secara umum dapat dikatakan bahwa internet adalah suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan saling hubungan antar jaringan-jaringan komputer yang sedemikian rupa sehingga memungkinkan komputer-komputer itu

berkomunikasi satu dengan lain, dalam ruang, dan waktu yang berbeda sekalipun.

Peran internet yang berkaitan dalam meningkatkan wira usaha busana adalah:

Internet sebagai media promosi

Perkembangan teknologi informasi lebih terasa manfaatnya dengan hadirnya jaringan internet yang memanfaatkan satelit sebagai media transformasi. Hadirnya internet sebagai sumber informasi ini sangat memungkinkan seseorang untuk mencari dan menyebarkan segala ilmu pengetahuan dan teknologi termasuk bagi pelaku wira usaha busana. Dengan demikian segala informasi yang ada di internet dapat dijadikan sebagai sarana promosi. Hal ini sangatlah memungkinkan karena promosi melalui internet dapat menjangkau sasaran disegala penjuru dalam waktu yang relative singkat.

Internet sebagai media perdagangan elektronik yang dikenal dengan *E-commerce*.

Perdagangan Elektronik, atau *Electronic Commerce (EC)* adalah sebuah sistem perniagaan dan jual beli yang banyak menggunakan kemudahan teknologi maklumat terutama telekomunikasi canggih sehingga dapat melindungi dan memuaskan pengguna-penggunanya yang terdiri dari: penjual, pembeli dan pihak-pihak ketiga terkait (abdul mujib dalam *E-commerce*, diakses 10 Januari 2010)

Belakangan ini, banyak orang menggunakan Internet khususnya Web untuk mengadakan satu rangkaian yang menyatukan pelanggan, penjual dan pihak-pihak ketiga. Media elektronik yang digunakan di sini adalah jaringan internet karena internet sudah dikenal oleh banyak orang dan penggunaanya juga sangat mudah.

Industri teknologi informasi melihat kegiatan e-dagang ini sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (*e-business*) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (*supply chain management*), e-pemasaran (*e-marketing*), pemasaran online (*online marketing*), pemrosesan transaksi online (*online transaction processing*), pertukaran data elektronik (*electronic data interchange /EDI*), dll.

Keuntungan perdagangan elektronik melalui internet, adalah: aliran pendapatan (*Revenue Stream*) baru yang mungkin lebih menjanjikan dan tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional, Dapat meningkatkan pangsa pasar (*market exposure*), Menurunkan biaya operasional (*operating cost*), Melebarkan jangkauan (*global reach*), Meningkatkan *customer loyalty*, Memperpendek waktu produksi, Meningkatkan mata rantai pendapat an (*value chain*).

Sedangkan kerugian perdagangan elektronik melalui internet, adalah sebagaiberikut: (1) Pencurian informasi rahasia yang berharga. Gangguan yang timbul bisa menyingkap semua informasi rahasia tersebut kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban; (2) Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan. Kesalahan ini bersifat kesalahan non-teknis seperti aliran listrik tiba-tiba padam atau jaringan yang tidak berfungsi; (3) Kehilangan kepercayaan dari para konsumen. Ini karena berbagai macam faktor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut; (4) Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak. Misalkan pembobolan sebuah sistem perbankan oleh *hacker*, kemudian memindahkan sejumlah rekening orang lain ke rekeningnya sendiri; dan (5)

Kerugian yang tidak terduga. Disebabkan oleh gangguan yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktek bisnis yang tidak benar, dan kesalahan faktor manusia atau kesalahan sistem elektronik.

SIMPULAN

Dalam menyiapkan lulusan yang memiliki kompetensi pengelola usaha, maka mahasiswa prodi D3 Tata Busana Jurusan TI FT UM, dibekali dengan mata kuliah pendukung, yaitu Manajemen Industri, Manajemen Kualitas, Praktik Industri, Pengantar Ekonomi, Manajemen Industri, Manajemen Kualitas, Manajemen Pemasaran, Kewirausahaan, MUB Modiste/Lulor, MUB Industri, MUB Butik.

Namun dalam mengelola usaha, agar usahanya dapat berkembang secara maksimal dibutuhkan promosi. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai media. Jenis media tersebut yang biasa digunakan adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, pos langsung, selebaran, dll. Seiring dengan perkembangan khususnya teknologi, maka jenis media yang dapat dijadikan sarana promosi pun juga berkembang. Hal yang sangat pesat dapat kita rasakan adalah internet. Hal ini sangatlah memungkinkan karena promosi melalui internet dapat menjangkau sasaran disegala penjuru dalam waktu yang relative singkat. Bahkan internet selain sebagai media promosi internet juga sebagai media perdagangan elektronik. Adapun keuntungan perdagangan elektronik melalui internet adalah sebagai berikut (1) aliran pendapatan (*Revenue Stream*) baru yang mungkin lebih menjanjikan dan tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional; (2) Dapat meningkatkan pangsa pasar (*market exposure*); (3) Menurunkan biaya operasional (*operating cost*); (4) Melebarkan jangkauan (*global reach*); (5) Meningkatkan *customer loyalty*; (6) Mem-

pendek waktu produksi; (7) Meningkatkan mata rantai pendapatan (*value chain*).

Dengan melihat berbagai keuntungan internet sebagai media promosi dan media perdagangan elektronik, maka pe manfaatan internet ini dapat meningkatkan wira usaha busana dengan jangkauan konsumen yang lebih luas dan lebih mudah.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdul mujib dalam *E-commer*, diakses 10 Januari 2010
Katalog Jurusan TI, 2007. Universitas Negeri Malang
Lazo Hector, edisi tahun 1976, *Marketing*, Alexander Hamilton Institute Incorporated, New York.
Shirky, C. 1995. *Internet lewat E-mail*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
Sidharta, L. 1996. *Internet: Informasi Bebas Hambatan 1*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
Soetarno. 2001. *Pengelolaan Usaha*. Yogyakarta Penerbit Kanisius.
Sri Wening & Sicilia Savitri. 1994. *Dasar Pengelolaan Usaha*. Yogyakarta.
Sutriyati P. 2005. *Strategi Pemasaran Produk Busana*. Procciding Seminar Nasional.
Tim Pengembang Standar Kompetensi. 2003. *Standar Kompetensi Nasional Bidang Keahlian Busana*. Jakarta: Dikmenjur, Departemen Pendidikan Nasional.

The Learning University

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS NEGERI MALANG
FAKULTAS TEKNIK
JURUSAN TEKNOLOGI INDUSTRI

SEMINAR NASIONAL MINDSET REVOLUTION

Mengubah pola pikir untuk bekerja sama dengan lingkungan

SERTIFIKAT

Nomor : 0245 /H32.5/LL/2010

Diberikan kepada

Dra. Agus Hery Supadmi Irianti, M.Pd.

Institusi

UNIVERSITAS NEGERI MALANG

Atas Keikutsertaannya sebagai

Pemakalah

Yang diselenggarakan oleh Jurusan Teknologi Industri Fakultas Teknik Universitas Negeri Malang
Pada tanggal 6 Februari 2010

Prof. Dr. Ir. H. Djoko Kustono, M.Pd
NIP. 19530916 198601 1 001

Malang, 6 Februari 2010
Ketua Pelaksana

seminar nasional
MINDSET REVOLUTION
Gelar Guru Besar dan
Gelar Sarjana
TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS NEGERI MALANG

[Signature]
Dra. Rina Rifqie Mariana, M.P
NIP. 19611216 198812 2 001