

Pengembangan Wirausaha Mahasiswa di Bidang Industri Kreatif Melalui Bisnis Fashion Dan Hijab

by Agita Risma Nurhikmawati Diyah Santi Hariyani

Submission date: 22-Feb-2019 01:41AM (UTC-0800)

Submission ID: 1081894630

File name: 12_ICCN_AGITA.pdf (19.62M)

Word count: 1204

Character count: 7745

Pengembangan Wirausaha Mahasiswa di Bidang Industri Kreatif melalui Bisnis Fashion dan Hijab

Agita Risma Nurhikmawati^{1,*}, Diyah SANTI Hariyani², Pujiati³, Wachidatul Linda Yuhanna⁴, Davi Apriandi⁵, Depla Kurniawati⁶

^{1,2,3,4,5,6}Pengembangan Kewirausahaan Kampus (PPK), Universitas PGRI Madiun

*Penulis korespondensi: agitarnurhikmawati@unipma.ac.id

Abstrak

Salah satu *grand project* Universitas PGRI Madiun dalam menyiapkan lulusan yang kompetitif adalah dengan membekali mahasiswa dengan kemampuan berwirausaha. Potensi kewirausahaan mahasiswa dikembangkan melalui berbagai cara, salah satunya adalah program pengembangan kewirausahaan kampus. Fokus pengembangan kewirausahaan di universitas PGRI Madiun adalah di bidang produksi, budidaya, industri kreatif, teknologi, kuliner dan jasa. Fashion dan hijab merupakan trend saat ini yang mempunyai peluang yang besar dalam berwirausaha. “Depstore Fashion and Hijab” adalah salah satu bisnis yang dikembangkan oleh mahasiswa dengan bimbingan dari tim PPK. Metode yang digunakan dalam pengembangan usaha ini adalah *entrepreneurship motivation*, magang, analisis pasar, produksi, strategi pemasaran dan analisis usaha. “Depstore Fashion dan Hijab” mendapatkan berbagai strategi bisnis dari pakar dan melakukan magang di Blog M Fashion di kota Madiun. Produk yang dijual adalah hijab, baju, aksesoris dan tas. Pemasaran dilakukan secara langsung dan online. Analisis usaha menunjukkan bahwa bisnis ini sangat potensial untuk dikembangkan. Pengembangan bisnis ke depan lebih diarahkan pada memperbanyak varian produk, memperluas pasar dan jaringan, serta memperbanyak reseller untuk meningkatkan penjualan produk. Adanya program ini dapat membantu mahasiswa dalam mengembangkan bisnis di bidang industri kreatif, sehingga terbentuk wirausahawan muda yang kreatif dan inovatif.

Kata kunci: Wirausaha, industri kreatif, fashion, hijab

Pendahuluan

Pengembangan wirausaha mahasiswa merupakan salah satu upaya institusi dalam menyiapkan lulusan yang mampu bersaing di dunia industri. Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) adalah upaya awal dalam memberikan pendampingan *start up* bisnis mahasiswa. PPK dikelola tim dosen yang mempunyai kualifikasi khusus dibidang kewirausahaan. Fokus pengembangan kewirausahaan di universitas PGRI Madiun adalah di bidang produksi, budidaya, industri kreatif, teknologi, kuliner dan jasa. Fashion dan hijab merupakan trend saat ini yang mempunyai peluang yang besar dalam berwirausaha.

Proses inkubasi bisnis merupakan hal yang vital dalam pengembangan suatu usaha. Proses inkubasi bisnis dimulai dari perencanaan yang matang berupa *bussines plan* yang baik. PPK memberikan pendampingan secara menyeluruh melalui program magang, workshop kewirausahaan, pemberian modal usaha dan sharing dengan wirausahawan sukses.

Salah satu usaha mahasiswa yang didampingi dan diberikan modal dari PPK adalah Depstore Fashion dan Hijab. Perkembangan tren fashion dan hijab saat ini memberikan dampak bagi perkembangan dunia industri (Aslamiyah et al., 2018; Binti, 2017; Sholichah, 2014). Depstore Fashion dan Hijab adalah toko offline sekaligus online yang menjual berbagai jenis *fashion*, aksesoris dan hijab yang bervariasi dengan model-model terkini dan berkualitas sekaligus harga yang terjangkau. Produk unggulan yang dijual yaitu berbagai model *blouse* terkini tentunya dengan harga yang ekonomis, dan produk Depstore Fashion dan Hijab yang menjadi *best seller* adalah hijab instan yaitu jilbab serut, khimar dan bergo. Selain itu kami juga menjual berbagai macam aksesoris mulai dari kalung, gelang, hiasan jilbab sampai dengan tas wanita. Tujuan dari program ini adalah memberikan pendampingan kepada Depstore Fashion dan Hijab melalui kegiatan *entrepreneurship motivation*, magang, analisis pasar, produksi, strategi pemasaran dan analisis usaha.

Metode

Metode yang digunakan dalam pengembangan usaha Depstore Fashion dan Hijab adalah *entrepreneurship motivation*, magang, analisis pasar, produksi, strategi pemasaran dan analisis usaha. Data yang diperoleh merupakan data deskriptif kualitatif tentang pelaksanaan kegiatan.

Hasil dan Pembahasan

Pengembangan usaha di bidang industri kreatif yang didampingi PPK adalah Depstore Fashion dan Hijab. Depstore adalah toko *offline* sekaligus *online* yang menjual berbagai jenis *fashion*, aksesoris dan hijab yang bervariasi dengan model-model terkini dan berkualitas sekaligus harga yang terjangkau. Depstore telah dirintis sejak tahun 2015, awalnya penjualan hanya dilakukan secara online melalui akun instagram @depstore.hijabmurah. Konsep online bernasis e-commerce saat ini memang relevan digunakan kepada generasi milenial (Salamina et al., 2015). Tahun 2016 selain membuka toko online, juga membentuk *home store* yang beralamatkan di Jalan Dahlia Desa Mojarayung Rt.22 Rw.06 Kecamatan Wungu Kabupaten Madiun. Selain membuka toko *offline* juga membuka lapak dagang dalam event *Car Free Day* (CFD) Kota Madiun setiap hari Minggu pukul 05.00 s/d 08.00 WIB yang berlokasi di tengah jalan Pahlawan Kota Madiun. Produk unggulan yang dijual yaitu berbagai model *blouse* terkini dengan harga yang ekonomis, dan produk Depstore yang menjadi *best seller* adalah hijab instan yaitu jilbab serut, khimar dan bergo. Selain itu juga menjual berbagai macam aksesoris mulai dari kalung, gelang, hiasan jilbab dan tas wanita.



Gambar 1. Usaha dari Depstore Fashion dan Hijab.

Pendampingan dari tim PPK dimulai dari *entrepreneur motivation* dilakukan untuk memberikan semangat dan atmosfer kewirausahaan. *Motivation entrepreneurship* diberikan oleh Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Madiun. Materi yang diberikan adalah bagaimana memulai suatu bisnis dengan membuat *business plan* dan *roadmap* bisnis. *Business plan* sangat diperlukan karena menyangkut analisis pasar, strategi, dan target yang ingin dicapai.

Kegiatan selanjutnya yaitu magang industri. Mahasiswa diberikan kesempatan untuk magang di tempat yang relevan dengan bidang usahanya. Depstore fashion dan hijab melakukan proses magang di Blog M Collection yang bergerak dalam bidang usaha serupa. Hasil dari kegiatan ini adalah tim Depstore Hijab dan Fashion memperoleh pengalaman memajemen suatu bisnis baik secara *online* maupun secara *offline/display*.

Kegiatan selanjutnya adalah analisis pasar, produksi, strategi pemasaran dan analisis usaha. Analisis pasar menunjukkan bahwa tren fashion dan hijab kekinian memang sedang marak di pasaran. Hal ini menjadi peluang tersendiri bagi tim PPK sehingga diperlukan strategi bisnis yang kuat (Hermuningsih et al., 2016). Namun bisnis ini mempunyai banyak kompetitor sejenis, sehingga diperlukan suatu ciri khas dan keunggulan yang mampu menarik minat pembeli. Produksi meliputi pembuatan hijab dan *repackaging* produk dari konveksi dengan menggunakan *brand* sendiri. Kegiatan penjualan dilakukan secara *online* dan *offline*. Analisis usaha menunjukkan bahwa laba bersih yang diperoleh Depstore Fashion dan Hijab rata-rata setiap bulan adalah 2- 3 juta Rupiah. Hal ini menunjukkan bahwa Depstore Fashion dan Hijab ini layak untuk dikembangkan dan potensial untuk dikembangkan menjadi bisnis yang multivariatif.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah kegiatan *entrepreneurship motivation*, magang, analisis pasar, produksi, strategi pemasaran dan analisis usaha pada Depstore Fashion dan Hijab sangat potensial dan membantu untuk membentuk wirausahawan baru di bidang industri kreatif. Saran untuk pengembangan usaha selanjutnya adalah adanya manajemen usaha dan analisis usaha yang baik sehingga mengetahui kekuatan usaha.

Daftar Pustaka

- 3 Aslamiyah, S., Rahayu, M., Djawahir, A.H., 2018. Peranan Perubahan Budaya Berjilbab Dalam Implementasi Strategi Dan Efeknya Terhadap Kinerja Bisnis Pada Usaha Kecil Jilbab. *Jurnal Manaj. Kewirausahaan* 6, 9–25.
- Binti, R.K., 2017. PRODUKSI FEATURE “ HOW TO BE AN ENTREPRENEUR ” (Bagaimana Menjadi Entrepreneur Lokal Muda yang Kreatif dan Sukses Dibidang Fashion dan Lifestyle By Gees Handmade Bag). Universitas Kristen Satya Wacana.
- 2 Hermuningsih, S., Sumartiah, S., Wardani, D.K., 2016. Analisis Strategi Pengembangan Industri Kreatif (Custom Distro Clothing) Untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Ekonomi Lokal Di Kota Yogyakarta. *J. Peneli?an BAPPEDA Kota Yogyakarta* 12, 143–153.
- 1 Salamina, I., Cahyo, A.D., Kurniawan, R.F., 2015. www.ProjectEscape.co – E-Commerce B2C (Business to Customer) yang Berfokus Pada Produk Fashion yang berasal dari Brand Lokal Indonesia dengan Tema dan Konsep “Vintage” Sebagai Sa 4 Satu Sarana Pemberdayaan UKM Fashion Dalam Negeri. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- 4 Sholichah, C.C., 2014. Fashion, Jilbab Antara Religiusitas Dan Kapitalisme : Studi Kasus Pada Hijabers Surabaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Pengembangan Wirausaha Mahasiswa di Bidang Industri Kreatif Melalui Bisnis Fashion Dan Hijab

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.uns.ac.id

Internet Source

3%

2

Submitted to Surabaya University

Student Paper

2%

3

docplayer.info

Internet Source

1%

4

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

1%

5

dishub2.bojonegorokab.go.id

Internet Source

1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 10 words

Exclude bibliography On