

KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PRODUK BISNIS INKUBATOR PROGRAM STUDI PKK KONSENTRASI TATA BUSANA

Sicilia Sawitri, Rina Rachmawati

Program Studi PKK Konesntrasi Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang
Email: sicilia.sawitri@yahoo.com

Abstract: *Home Economics Incubator Bussiness was created as a result of a National Strategy research in 2013, created some products. The quality of the products will be known by asking to the costumer satisfaction. The aim of this research want to know how high the costumer satisfaction after used the products of Home Economic Incubator Business. By using survey method the research was conducted. The population and the samples of this research were all of the buyer who used the products. Data were collected by using Costumer Satisfaction Quetionary, and were analyzed by prosentase descriptive analyze. The result of this research shew that the costumers' satisfaction were very high (82 %). The suggestions were submitted: (1) Needs design product development, (2) Needs coordination of all faculty members, such as: dean, the chief of Home Economics study programs, lecturers, and students, (3) Needs a new work to promote the products.*

Keywords: *Costumers satisfaction, Incubator business, Home Economics Study Program, Fashion Technology Consentration*

PENDAHULUAN

Usaha untuk meningkatkan kompetensi mahasiswa, salah satunya kemampuan berwirausaha telah banyak dilakukan. Demikian pula yang telah dilakukan oleh Program studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga (PKK) yang merupakan salah satu program studi yang ada di Fakultas Teknik memiliki dua konsentrasi, yaitu Tata Boga dan Tata Busana. Program studi PKK konsentrasi Tata Busana merupakan salah satu tempat untuk menuntut ilmu di bidang Pendidikan Tata Busana, dimana lulusan yang dihasilkan kelak dapat berkerja di SMK sebagai pendidik. Di samping profesi-

nya sebagai guru tidak menutup kemungkinan bagi lulusan untuk menjadi wirausaha (*entrepreneur*) di bidang busana. Beberapa usaha di bidang busana, yaitu: usaha modiste, tailor, adi busana (*haute couture*), toko busana, pengelola kursus menjahit, perantara antara grosir dan toko busana. Untuk menjadi seorang wirausaha diperlukan berbagai keahlian, namun yang utama adalah sumber dari dalam dirinya, misalnya minat, kreativitas dan kemampuan usaha di bidang busana.

Mahasiswa program studi PKK Konsentrasi Tata Busana dibekali mata kuliah Kewirausahaan, namun matakuliah tersebut hanya

memuat konsep-konsep pengembangan kewirausahaan, yang sifatnya teori, belum memberikan pembiasaan yang sifatnya lebih mendidik mahasiswa ke arah wirausaha (*entrepreneur*). Sebagai calon guru, sudah seharusnya mahasiswa memiliki kemampuan wirausaha dan bukan hanya puas sebagai karyawan pada usaha orang lain. Kemampuan tersebut kelak dapat ditularkan kepada siswanya dan dapat dimanfaatkan sebagai pekerjaan sampingan sebagai seorang guru SMK. Hal tersebut sejalan dengan falsafah yang dikemukakan oleh Prosser (diunduh 2010) ahli Pendidikan Kejuruan menyatakan bahwa pendidikan kejuruan akan efektif jika diajar oleh guru dan instruktur yang telah memiliki pengalaman dan berhasil di dalam menerapkan keterampilan dan pengetahuan mengenai operasi dan proses kerja yang dilakukan. Berdasarkan pengalaman, mahasiswa Tata Busana yang kelak menjadi pendidik di SMK siswa akan mendapatkan ilmu tentang mengelola usaha busana, sehingga setelah lulus dari SMK, siswa mempunyai keberanian mengelola usaha sendiri, tidak selalu menjadi tenaga kerja pada usaha milik orang lain.

Hal tersebut juga sejalan dengan salah satu misi Program Studi PKK Konsentrasi Tata Busana, yaitu: Mengembangkan kewirausahaan dalam bidang Tata Busana menuju masyarakat mandiri. Namun pembelajaran yang selama ini dilaksanakan dengan metode ceramah, diskusi dan pemberian tugas, sehingga belum dapat memacu kemampuan mahasiswa untuk memulai usaha mandiri. Dapat dikatakan mata kuliah Kewirausahaan baru membentuk mahasiswa menjadi tenaga kerja belum menjadi wirausaha. Dalam program bisnis inkubator mahasiswa langsung dilatih untuk membuat produk busana, dengan memanfaatkan bahan-bahan yang ada di sekitarnya, bahkan mereka menggunakan sisa potongan kain (perca kain).

Bisnis Inkubator telah lama dikembangkan di beberapa negara maju, bahkan upaya

pendirian inkubator telah mulai sejak 1959 (Ratna E. Amiaty, 2006: 8). Di Indonesia sendiri, inkubator mulai dikembangkan sejak Departemen Koperasi ditingkatkan perannya yaitu membina pengusaha kecil pada tahun 1992 (Wayan Dipta, 2003). Secara konsepsi peranan bisnis inkubator sangatlah penting bagi usaha kecil pemula. Menurut Reith, dikutip oleh Wayan Dipta, bahwa incubator dirancang untuk membantu usaha baru dan sedang berkembang sehingga mapan dan mampu meraih laba dengan menyediakan informasi, konsultasi, jasa-jasa, dan dukungan yang lain. Dalam penelitian ini usaha kecil pemula yang dimaksud adalah bisnis inkubator yang akan dirintis pada Program Studi PKK Konsentrasi Tata Busana.

Tujuan diadakannya inkubator bisnis, di perguruan tinggi, antara lain: (1) Mempercepat pertumbuhan, penguatan dan pengembangan wirausaha dari kalangan mahasiswa. Penumbuhan dilakukan melalui pendampingan implementasi rencana bisnis, penguatan dilakukan dengan memanfaatkan sarana dan akses yang dimiliki masing-masing jurusan. (2) Menjadi pusat rujukan (*Best Practice*) nasional dalam mengembangkan inkubator bisnis yang bermanfaat bagi upaya penciptaan wirausaha yang andal oleh perguruan tinggi (<http://www.bakri.ac.id/node/96>)

Jenis *incubator* menurut Midland Bank yang dikutip oleh Ratna E. Amiaty (2006:12), yaitu: *Technopoles Incubator*, *Sector-specific Incubator*, *General Incubator*, dan *Building Incubator*. (1) *Technopoles Incubator*, merupakan bagian dari proyek terpadu yang melibatkan lembaga pendidikan, lembaga riset dan organisasi lainnya yang berminat untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi regional. (2) *Sector-specific Incubator*, bertujuan mengeksplorasi sumber daya lokal untuk mengembangkan bisnis baru dalam suatu sektor tertentu secara lebih fokus yang lazim disebut kluster. (3) *General Incubator*, berorientasi pada pengembangan bisnis umu, meskipun

kadang-kadang ada penekanan pada inovasi, dan (4) *Building Businesses, Building Businesses* bertujuan menciptakan bisnis dengan membentuk tim manajemen yang sesuai untuk mengeksplorasi kesempatan bisnis tertentu dan menseleksi serta membina mereka. Bisnis inkubator yang akan dilaksanakan pada Program Studi PKK Konsentrasi Tata Busana adalah *Sector-specific Incubator*

Mahasiswa yang tergabung dalam program Bisnis Inkubator pada Program Studi PKK Konsentrasi Tata Busana berdasarkan minat mahasiswa, sehingga para mahasiswa yang memang berminat yang turut serta dalam program. Dapat diartikan sedikit banyak mereka sudah memiliki jiwa wirausaha dan kemampuan dalam membuat produk baru dari bahan yang ada di sekitar dan yang layak jual. Hal tersebut dapat dilihat, bahwa produk selama program berlangsung dapat dijual. Dengan demikian produk-produk kewirausahaan tersebut memiliki daya jual cukup baik.

Pada dasarnya kegiatan bisnis inkubator, merupakan aplikasi dari Mata Kuliah Kewirausahaan yang diberikan kepada mahasiswa Program Studi PKK Konsentrasi Tata Busana pada angkatan 2011. Di dalam kegiatan bisnis inkubator, mahasiswa di latih untuk selalu membuat produk wirausaha, oleh karena itu diperlukan jiwa wirausaha yang baik. Jiwa wirausaha yang dituntut dari diri mahasiswa adalah kreatif, inovatif, berani mengambil resiko.

Produk yang sudah baik, belum berarti jika belum dipikirkan cara pemasaran kepada pelanggan, karena juga produk tidak dikenal pelanggan, maka akan sia-sialah produk tersebut. Oleh karena itu perlu dibahas tentang konsep pemasaran produk kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang paling penting di dalam berwirausaha, dan dapat diperoleh dengan adanya kegiatan pemasaran.

Pemasaran sangat penting dalam kesuksesan suatu bisnis. Sebagaimana kita ketahui bahwa produk ataupun jasa yang dihasilkan

oleh perusahaan tidak mungkin dapat mencari sendiri konsumennya. Diperlukan bagian yang bekerja secara khusus untuk selalu berinteraksi dengan konsumen. Pemasaran berfungsi untuk menjalin komunikasi interaksi dengan konsumen maupun calon konsumen perusahaan. Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan dalam hal berinteraksi dengan konsumen. Menurut *American Marketing Association (AMA)* mengartikan pemasaran adalah pelaksanaan dunia usaha yang mengarahkan arus barang-barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai. Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah suatu proses sosial, dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan, dan mereka inginkan dengan menciptakan dan mempertahankan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Pendapat lain mengatakan pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep harga, promosi, dan distribusi sejumlah ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi (Lamb, Hair and Daniel, 2001: 20)

Pengambilan keputusan di bidang pemasaran hampir selalu berkaitan dengan variabel-variabel *marketing mix*. *Marketing mix* merupakan kombinasi empat variabel yang merupakan inti sari dari pemasaran yang dipakai oleh perusahaan sebagai sarana untuk memenuhi atau melayani kebutuhan dan keinginan konsumen. Salah satu komponen dari *marketing mix* adalah *promotion*. Salah satu cara yang digunakan produsen dalam bidang pemasaran yaitu melalui promosi. Promosi adalah salah satu faktor yang diperlukan bagi keberhasilan dan strategi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan terutama pada saat ini ketika era informasi berkembang pesat, maka promosi merupakan salah alat yang digunakan perusahaan untuk mengembangkan dan mempertahankan usahanya. Peran promosi terhadap perusahaan adalah, (1)

Memperkenalkan produk dan jasa serta mutu kepada masyarakat, (2). Memberitahukan kegunaan dari barang atau jasa tersebut kepada masyarakat serta cara penggunaannya, (3). Memperkenalkan barang atau jasa baru dari perusahaan.

Promosi sangat diperlukan untuk memperkenalkan produk olahan yang baru, memperkenalkan produk olahan yang merupakan ciri khas usaha, dan atau berfungsi untuk mempertahankan citra usaha supaya selalu melekat di hati konsumen yang loyal. Sebagian besar usaha yang bergerak dibidang makanan, me-nempatkan sekian persen anggarannya untuk biaya promosi. Promosi bisa dilakukan dengan berbagai cara, misalnya dengan membagikan brosur atau *leaflet* daftar hasil olahan yang dibuat disertai dengan harganya. Cara berpromosi yang dewasa ini marak adalah menggunakan jasa internet, dengan memperkenalkan produk makanan yang dijual dalam *mailing list*.

Dalam komsep marketing bahwa yang utama adalah kepuasan pelanggan, sebagaimana diungkapkan oleh Buchari Alma (2001: 180), di dalam setiap kegiatan bisnis harus diusahakan agar wirausahawan memperhatikan konsep AIDA+S. AIDA+S merupakan singkatan dari: A= *Attention*, I=*Inerest*, D=*Desire*, A = *Action* dan S= *Satisfaction*. *Attention* atau perhatian, pada umumnya konsumen memiliki suatu perhatian sewaktu ia melihat suatu produk di dalam etalase toko, atau dibawa oleh seorang kawan, atau dalam pameran. Setelah memperhatikan, maka timbulah *interest* (tertarik) pada produk tersebut. Bila seseorang sudah tertarik pada salah satu produk. Oleh karena itu dibutuhkan teknik pemasaran yang memungkinkan pelanggan tertarik pada produk yang ditawarkan, misalnya: dengan kemasan yang indah dan menarik, pemberian label yang sesuai dengan karakteristik produk.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian tahun kedua, metode penelitian yang digunakan pada tahun kedua adalah survey dengan satu variable yaitu kepuasan pelanggan. Pelanggan yang dimaksudkan adalah pengguna dan memperhatikan produk hasil program Bisnis Inkubator pada Program Studi PKK Konsentrasi Tata Busana. Polulasi dalam penelitian ini adalah semua pembeli produk Bisnis Inkubator Program Studi PKK Konsentrasi Tata Busana.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif diperoleh dari angket Jiwa wirausaha kepada mahasiswa dan lembar penilaian produk, sedangkan data kualitatif diperoleh dari wawancara dengan beberapa pelanggan yang telah membeli produk Bisnis Inkubator Program Studi PKK Konsentrasi Tata Busana. Instrumen dalam penelitian ini adalah angket kepuasan pelanggan yang digunakan untuk menjangking tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk bisnis inkubator. Penyusunan instrumen berdasarkan kisi-kisi yang telah disusun dan di konsultasikan kepada expert Judgments, selanjutnya dimaksudkan sebagai uji validitas permukaan (*face validity*), baik untuk angket jiwa wirausaha maupun lembar penilaian produk wirausaha.

Sebelum instrumen digunakan, selain uji validitas permukaan (*face validity*) dilakukan uji coba untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen tersebut. Hasil validasi instrumen kepuasan pelanggan, adalah seluruh soal (26 items) valid dan dapat digunakan sebagai alat pengambil data pada penelitian ini. Uji reliabilitas instrumen kepuasan pelanggan dihasilnya $r_{11} = 0,932 >$ dari $r_{tabel} 0,514$. Angket Kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk pengambilan data.

Pengumpulan data dilakukan pada waktu mengadakan pameran, angket diedarkan kepada pengunjung, baik yang membeli produk Bisnis Inkubator Program Studi PKK Konsentrasi Tata Busana, maupun yang tidak (sebagai pengamat dan pemerhati), terkumpul sebanyak 26 responden.

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan adalah deskriptif persentase. Hasil yang diperoleh, tingkat kepuasan pelanggan 82 %, termasuk katagori sangat tinggi (dengan merujuk table di bawah ini).

Tabel 1. Kriteria untuk menentukan persentase kepuasan pelanggan

No	Skala penilaian	Kualifikasi	Keterangan
1	81 - 100	Sangat tinggi	Kepuasan sangat tinggi
2	61 - 80	Tinggi	Kepuasan pelanggan tinggi
3	41 - 60	Sedang	Kepuasan pelanggan sedang
4	21 - 41	Kurang	Kepuasan pelanggan kurang
5	0 - 20	Rendah	Kepuasan pelanggan rendah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Langkah yang dilakukan dalam mengembangkan produk kewirausahaan adalah dengan mensurvei pasar, yaitu dengan melihat produk-produk yang ada di sekitar Universitas Negeri Semarang (UNNES), kemudian mahasiswa mendesain produk yang sejenis tetapi dengan keunikan sendiri. Pemasaran dilakukan dengan mendatangi kost di sekitar UNNES dan ikut serta dalam Gelar Karya 2013 Jurusan Teknologi Jasa dan Produksi. Adapun produk-produk yang dihasilkan antara lain: setelan jas, asesories dari berbagai bahan baku dan teknik,

Keberhasilan program Bisnis Inkubator dapat juga dilihat dari tingkat kepuasan

pelanggan terhadap produk dan pelayanannya. Hasil analisis data (deskriptif persentase) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan adalah 82% termasuk kategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan, produk hasil karya mahasiswa yang tergabung dalam program Bisnis Inkubator pada Program Studi PKK Konsentrasi Tata Busana dapat membuat konsumen merasa puas. Produk yang dihasilkan oleh mahasiswa peserta program Bisnis Inkubator adalah mahasiswa yang benar-benar menyukai kegiatan wirausaha, sehingga sudah dapat dipastikan bahwa produk yang dibuat memiliki desain yang baik dan teknik penyelesaian yang rapih. Ditinjau dari segi harga dapat dijangkau oleh masyarakat sekitar UNNES.

Dengan adanya Bisnis Inkubator pada Program Studi PKK Konsentrasi Tata Busana dapat dijadikan pemikiran para dosen untuk memulai suatu bisnis yang dikelola oleh mahasiswa dengan pengawasan dosen. Kelak program ini dapat dijadikan *training factory* dan sebagai tempat Praktek Kerja Lapangan mahasiswa. Dalam hal ini mahasiswa sebagai karyawan atau student employee. Selanjutnya bisnis inkubator pda Program Studi PKK Konsentrasi Tata Busana diberi nama “SANGGAR BUSANA SEKAR ARUM”.



Gambar 1. Tas Tangan dengan teknik mengait



Gambar 2. Tempat *Notebook* dan Tas tempat *Notebook*

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan sementara yang dapat diambil, adalah tingkat kepuasan pelanggan 82% termasuk kategori tinggi. Hal tersebut disebabkan, produk yang dibuat mahasiswa memperhatikan keinginan konsumen.

Saran

Saran yang dapat diajukan terkait proses pelaksanaan dan hasil penelitian sementara, antara lain: (1) Perlu dukungan dari semua pihak baik jurusan maupun fakultas untuk membantu pelaksanaan kegiatan Bisnis Inkubator pada Program Studi PKK Konsentrasi Tata Busana. (2) Perlu disediakan ruang yang permanen untuk kegiatan Bisnis Inkubator pada Program Studi PKK Konsentrasi Tata Busana. (3) Perlu koordinasi yang simultan dari pihak jurusan Teknologi Jasa dan Produksi, untuk pemberian ijin pada mahasiswa yang mendapat tugas pada Program Bisnis Inkubator. (4) Perlu adanya kerja sama dengan pihak dunia usaha untuk mengembangkan bisnis inkubator yang sudah dirintis.

DAFTAR PUSTAKA

Buchari Alma. 2001. *Kewirausahaan Penun-*

tun Perkuliahan untuk Perguruan Tinggi. Bandung: Alfabeta

Jurusan Teknologi Jasa dan Produksi, 2010. *Silabus Kewirausahaan*, Semarang: FT UNNES

Hisrich, RD dan Peter, MP. Shepherd, 2008. *Entrepreneurship*. Boston: Irwin McGraw Hill.

Kasmir, 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Lamb, WC, Hair, JF, & Daniel, C. (2001). *Pemasaran/Marketing*. (Terjemahan David Octarevia). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Ratna E, Amiaty. 2006. *Kajian Inkubator Bisnis dalam Rangka Pengembangan UKM*. Jakarta: Bank Indonesia.

Urip Wahyuningsih, 2009. *Optimalisasi Pembelajaran Pengelolaan Usaha Busana Dengan Metode Pembelajaran Berbasis Proyek (Project Based Learning/ PjBL)*, Laporan Penelitian. Semarang: LP2M UNNES.

Wayan Dipta. 2003. *Inkubator Bisnis dan Teknologi Sebagai Wahana Pengembangan Usaha Kecil Memasuki Era Global*. [Http://www.Smecda.com](http://www.Smecda.com)