

GAMBARAN PEMASARAN HASIL KARYA BUSANA JAHITAN WARGA BELAJAR DI PKBM ANARVANI

Novia Dellima^{1,2}, Syafruddin Wahid¹

¹Jurusan Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang

²noviadellima55@gmail.com

ABSTRACT

This research is based on the sewing activity at PKBM Anarvani which is taught directly by the instructor. By the existence of the work of the sewing clothes of the learners, it creates the cooperation between some fashion Muslim shops with PKBM Anarvani. So that, there must be the order of fashion Muslim to the PKBM Anarvani. The type of fashion muslim order which is famous in community and documented in PKBM Anarvani are the works that showed by the cooperation of PKBM Anarvani, then the marketing is done through social media like facebook, instagram, whatsapp, or even others social media. The type of research is quantitative research. The population of the research is the participants of the training for 20 people. The sampling technique in this research is purposive random sampling. The data collection is using questioner and its data analysis formulated by the percentage. The result of the research shows: the planning of the sewing work's marketing is in good category, the determination of label's product and price are in good category, the promotion activity which is done in the sewing work's marketing is in good category, the distribution in the sewing work's marketing is in good category.

Keywords: Marketing, Sewing Clothing, Learning Citizens, PKBM

PENDAHULUAN

Sudjana (2004) mengemukakan, tujuan program pendidikan luar sekolah berhubungan erat dengan kebutuhan masyarakat setempat atau kebutuhan lembaga tempat peserta masyarakat bekerja. Pendidikan luar sekolah sebagai cakupan pendidikan luar sekolah merupakan kata kunci yang tepat dalam memberdayakan masyarakat. Salah satu unsur dalam pendidikan nonformal adalah pendidikan kecakapan hidup (*life skill*), yang mana inti dari pendidikan kecakapan hidup ini adalah pembelajaran pada peserta didik dengan mengutamakan aspek keterampilan yang dapat dipakai sebagai penunjang dan pegangan hidup bagi mereka (Sarbiran, 2002; Sari, 2016).

Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Anarvani menyelenggarakan pendidikan luar sekolah yang bergerak pada pengembangan keterampilan masyarakat, salah satu program belajar yang dibelajarkan yaitu pembelajaran menjahit. Pembelajaran menjahit ini dikhususkan untuk ibu-ibu rumah tangga yang berusia 23-45 tahun dengan jumlah warga belajar 20 orang.

Tabel 1.
Data Warga Belajar Pelatihan Menjahit di PKBM Anarvani

No	Nama	Usia	Alamat
1.	Ratih Cicia Ningsih	25 tahun	Jln. Parkit VI No. 13 ATB
2.	Bismi Rahmi	29 tahun	Jln. Gajah No. 18 ATB
3.	Yud Oktaviana	31 tahun	Jln. Parkit I No. 16 B. ATB
4.	Efanialisda	44 tahun	Jln. Parkit III No. 11 ATB
5.	Kiki Anita	28 tahun	Jln. Gajah 1 No. 7 ATB
6.	Intan Sabilla Elyu	23 tahun	Jln. Belibis Blok C ATB
7.	Yola Putri Sari	23 tahun	Jln. Patenggangan ATB
8.	Desi Ramadani	25 tahun	Jln. Parkit X No. 8 ATB
9.	Dina Fitria	24 tahun	Jln. Gurami No. 9 ATB
10.	Tiwi Ferdori	26 tahun	Jln. Nuri No. 18 ATB
11.	Silvia Putri	34 tahun	Jln Gajah No. 3 ATB
12.	Trisna Gustia. R	27 tahun	Jln. Kijang No. 12
13.	Deni Astuti	40 tahun	Jln. Parkit IV No. 16 ATB
14.	Desi Natalia	36 tahun	Jln. Gajah IV No.12 ATB
15.	Indah Mayen. P	32 tahun	Jln. Belibis No. 17 ATB
16.	Asni Fenida	38 tahun	Jln. Todak No. 3 ATB
17.	Nesha Octia Ika. Y	24 tahun	Jln. Parkit VI No.12 ATB
18.	Zul Azizah	28 tahun	Jln. Gajah VII ATB
19.	Artinis	39 tahun	Jln. Patenggangan No.14 J ATB
20.	Muthia Rizda	34 tahun	Jln. Cendrawasih No. 10 ATB

Pelaksanaan pelatihan menjahit di PKBM ini diadakan selama tiga bulan yaitu pada bulan Oktober-Desember 2016. Kegiatan pelatihan menjahit di PKBM Anarvani ini diajarkan langsung oleh instruktur. Setelah proses pelatihan menjahit selesai maka hasil karya busana warga belajar akan di pajang di Koperasi PKBM Anarvani, kemudian dilakukan pemasaran melalui media sosial (*facebook, instagram, whatsapp*, dan lain-lain). Selain itu pemasaran juga dilakukan dalam bentuk pemasaran langsung ke toko pakaian muslimah di Kota Padang (Kawasan Siteba).

Tabel 2.
Data Perkembangan Pemesanan Busana Muslimah pada Tahun 2016 dan Tahun 2017

No	Jenis Barang	Tahun 2016 (Januari-Maret)	Tahun 2017 (Januari-Maret)
1.	Rok span	10 helai	27 helai
2.	Baju gamis	50 helai	120 helai
3.	Rok paying	34 helai	88 helai

Dengan adanya kegiatan pemasaran hasil karya busana maka terjalinlah kerjasama beberapa toko pakaian muslimah dengan PKBM Anarvani sehingga adanya pemesanan busana muslimah kepada PKBM Anarvani. Adapun bentuk-bentuk pesanan pakaian muslimah yang laris dikalangan masyarakat dan tercatat dalam dokumen PKBM Anarvani dapat dirincikan dalam tabel berikut.

Tabel 3.
Catatan Dokumen Perkembangan Pemesanan Busana Muslimah Selama Januari-Maret 2017

No	Nama Toko	Jenis Pesanan	Jumlah			Keterangan
			Jan	Feb	Mar	
1	Rahayu Shop	1. Rok payung, dengan rempel pita di pinggang belakang. Pada bagian pinggang diberi karet.	5 helai	8 helai	13 helai	Warna yang berbeda
		2. Baju gamis payung disertai ikat pinggang.	6 helai	10 helai	12 helai	Warna yang berbeda
		3. Baju gamis berompi dan disertai resleting di bagian dada dan bagian tangan mengembang.	9 helai	14 helai	15 helai	Warna berbeda/kombi-nasi
2	QiQa Hijab	1. Rok span warna hitam dan berbelah di belakang.	7 helai	9 helai	11 helai	Warna hitam ukuran S, M, L, XL

		2. Rok payung dengan rempel pita di bagian pinggang.	8 helai	10 helai	13 helai	Warna yang berbeda-beda
3	Wira Boutique	1. Baju gamis kembang dengan resleting di depan.	5 helai	8 helai	10 helai	Warna coklat, merah hati, dongker, abu-abu, peach
		2. Baju gamis payung disertai rempel pita di bagian belakang.	9 helai	10 helai	12 helai	Warna coklat kombinasi, merah hati kombinasi, dongker, abu-abu, peach kombinasi
		3. Rok payung.	7 helai	10 helai	14 helai	Warna berbeda

Dari data di atas dapat terlihat banyaknya pesanan busana muslimah yang dipesan oleh toko yang membuktikan bahwa hasil jahitan yang dihasilkan warga belajar sangat bagus dan laris di pasaran. Hasil jahitan busana muslimah yang laris akan dipesan kembali oleh toko kepada PKBM Anarvani, hal ini dapat dilihat dari jumlah pesanan busana muslimah dari bulan Januari-Maret. Selain dari pemesanan oleh toko pakaian muslimah, juga ada beberapa pesanan yang dipesan daring serta di pesan langsung ke Koperasi Anarvani, dapat dirincikan pada tabel berikut.

Tabel 4.
Catatan Dokumen Pemesanan Daring Busana Muslimah Selama Maret 2017

No	Pemesanan Daring	Jenis Pesanan	Jumlah	Keterangan
1	Melalui <i>Facebook</i> Eva Suryani atau PKBM Anarvani	Rok payung, dengan rempel pita	3 helai	Ukuran all size untuk semua pesanan.
2	Melalui group <i>Whatsapp</i>	Baju gamis payung disertai rempel pita dibagian belakang.	2 helai	Pengiriman di luar area Kota Padang disertai ongkos kirim
3	Melalui group <i>Whatsapp</i>	Rok span warna hitam dan berbelah di belakang	5 helai	
4	Melalui group <i>Whatsapp</i>	Baju gamis payung disertai ikat pinggang	2 helai	
5	Melalui group <i>Whatsapp</i>	Rok payung dengan rempel pita di bagian pinggang	4 helai	

Dari data di atas dapat diketahui bahwa hasil jahitan busana muslimah yang dihasilkan warga belajar di PKBM Anarvani diapasarkan melalui media sosial *facebook*, *whatsapp*, *instagram*, dan media sosial lainnya.

Menurut Supranto (2000), menyatakan bahwa pemasaran ialah suatu kegiatan pengumpulan (*collecting*), pengolahan (*processing*) dan analisis (*analysis*) seluruh fakta atau data yang meyangkut persoalan yang berhubungan dengan pemindahan dan penjualan (*transfer and sale*) barang-barang dan jasa-jasa (*goods and services*) dari produsen ke konsumen (*producers to consumers*). Senada dengan itu McDaniel & Gate (2011), menyatakan bahwa, pemasaran adalah proses merencanakan dan melaksanakan konsep pemasaran, diawali dengan memberi harga, melakukan promosi dan mendistribusikan ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi tujuan individu dan organisasi.

Berdasarkan kenyataan yang dikemukakan di atas, maka pada kesempatan ini peneliti ingin melakukan penelitian terhadap “Gambaran Pemasaran Hasil Karya Busana Jahitan Warga Belajar di PKBM Anarvani”.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menjelaskan, memaparkan, dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang terjadi sekarang dengan apa adanya (Arikunto, 2016; Sugiyono, 2015). Penelitian ini mengungkapkan mengenai pemasaran hasil karya busana jahitan warga belajar di PKBM Anarvani.

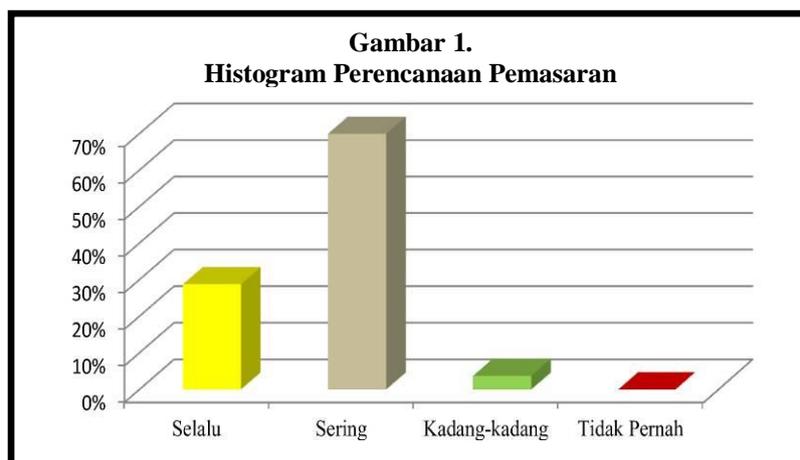
Populasi dalam penelitian ini adalah warga belajar pelatihan keterampilan menjahit di PKBM Anarvani sebanyak 20 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive random sampling* sehingga sampel dari penelitian ini diambil 100% dijadikan responden yaitu 20 orang warga belajar. Teknik pengumpulan data adalah teknik angket dengan menggunakan *Skala Likert*, dengan analisis data menggunakan rumus persentase.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

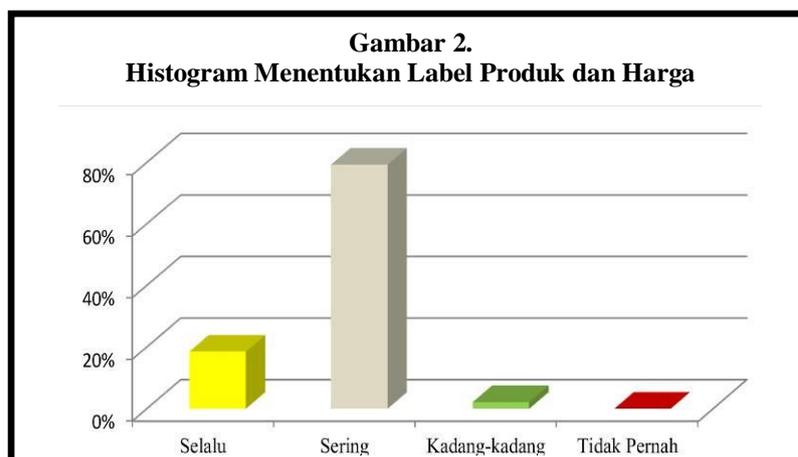
Hasil penelitian mengenai pemasaran hasil karya busana jahitan warga belajar yaitu: perencanaan pemasaran hasil karya busana, menentukan label produk dan harga, kegiatan promosi hasil karya busana, mendistribusikan hasil karya busana dengan menggunakan angket yang disebarkan kepada 20 orang peserta pelatihan menjahit di PKBM Anarvani.

Perencanaan Pemasaran Hasil Karya Busana Jahitan



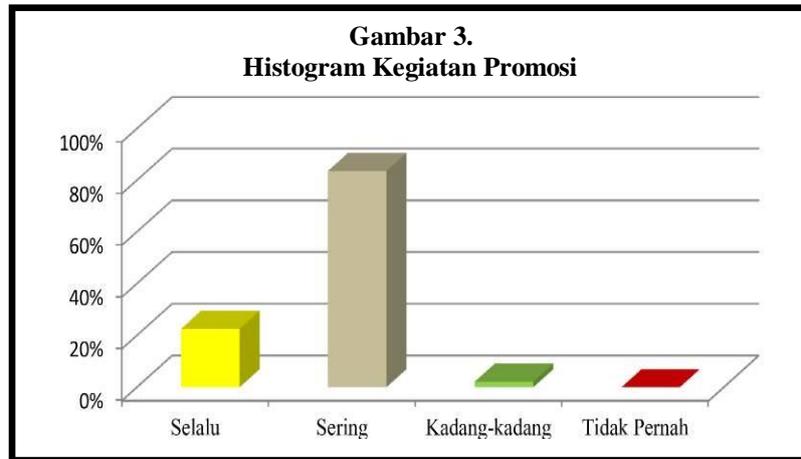
Gambar 1 dijelaskan bahwa sebanyak (67,5%) responden menjawab alternatif jawaban *sering* memberikan tanggapan bahwa perencanaan pemasaran pada pemasaran hasil karya busana jahitan warga belajar di PKBM Anarvani dapat diklasifikasikan pada kategori baik.

Menentukan Label Produk dan Harga Hasil Karya Busana Jahitan



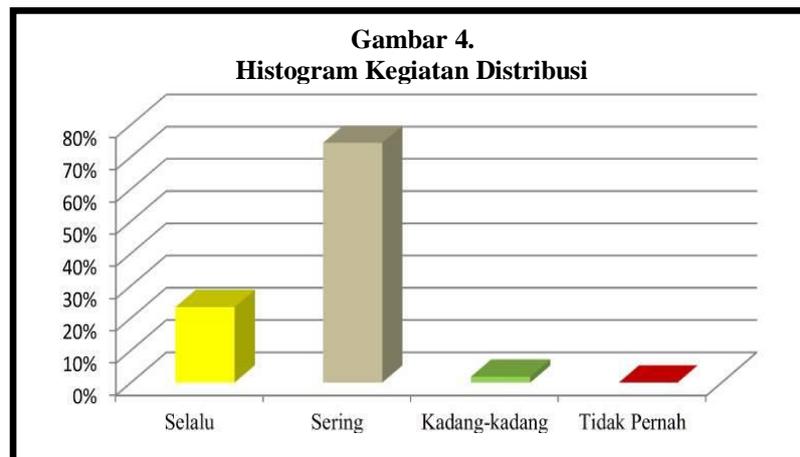
Gambar 2 dapat disimpulkan bahwa sebanyak (79,28%) responden menjawab alternatif jawaban *sering* memberikan tanggapan bahwa menentukan label produk dan harga pada pemasaran hasil karya busana jahitan warga belajar di PKBM Anarvani dalam kategori baik.

Kegiatan Promosi pada Pemasaran Hasil Karya Busana Jahitan



Gambar 3 dijelaskan bahwa sebanyak (72,14%) responden menjawab alternatif jawaban *sering* memberikan tanggapan bahwa kegiatan promosi pada pemasaran hasil karya busana jahitan warga belajar di PKBM Anarvani termasuk dalam kategori baik.

Kegiatan Distribusi pada Pemasaran Hasil Karya Busana Jahitan



Gambar 4 dijelaskan bahwa sebanyak (74%) responden menjawab alternatif jawaban *sering* memberikan tanggapan bahwa distribusi pada pemasaran hasil karya busana jahitan warga belajar di PKBM Anarvani termasuk dalam kategori baik.

Pembahasan

Perencanaan Pemasaran Hasil Karya Busana

Hasil temuan penelitian dan pengolahan data yang dilihat dari rekapitulasi persentase sebelumnya, dijelaskan bahwa pemasaran hasil karya busana jahitan pada perencanaan menurut peserta pelatihan di PKBM Anarvani tergolong baik. Hal ini juga dibuktikan dengan alternatif jawaban peserta pelatihan hampir seluruhnya menjawab positif setuju pada butir pernyataan yang telah disediakan peneliti.

Handoko (1995) mengemukakan bahwa perencanaan (*planning*) adalah pemilihan atau penetapan tujuan organisasi dan penentuan strategi, kebijaksanaan, proyek, program, prosedur,

metode, sistem, anggaran, dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan. Pembuatan keputusan banyak terlibat dalam fungsi ini.

Penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa berdasarkan data penelitian yang ditemukan di lapangan mengenai perencanaan pemasaran dalam hal ini tergolong baik, yang berarti pemasaran hasil karya busana jahitan pada aspek perencanaan pemasaran hasil karya busana telah sesuai dengan tujuannya.

Menentukan Label Produk dan Harga Pemasaran Hasil Karya Busana

Hasil temuan penelitian dan pengolahan data yang dilihat dari rekapitulasi persentase sebelumnya, dijelaskan bahwa pemasaran hasil karya busana jahitan pada penentuan label produk dan harga tergolong baik. Hal ini juga dibuktikan dengan jawaban peserta pelatihan di PKBM Anarvani.

Menurut Kotler (2000) perusahaan dapat mengharapkan salah satu dari lima tujuan utama penetapan harga yaitu bertahan hidup (*survival*), laba saat ini yang maksimum (*maximum current profit*), pangsa pasar yang maksimum (*maximum market share*), pemerahan pasar yang maksimum (*maximum market skimming*), pemimpin dalam kualitas (*product quality leadership*), dan tujuan lain (*other objectives*).

Penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa penentuan label produk dan harga dinilai baik oleh peserta pelatihan, tentunya dapat menjadikan dan menunjang proses pelatihan menjadi lebih optimal serta dapat mempengaruhi proses dan hasil larisnya produk.

Kegiatan Promosi Pemasaran Hasil Karya Busana

Hasil temuan penelitian dan pengolahan data yang dilihat dari rekapitulasi persentase sebelumnya, dijelaskan bahwa pemasaran hasil karya busana jahitan pada aspek kegiatan promosi tergolong baik. Hal ini juga dibuktikan dengan jawaban peserta pelatihan menjawab positif pada butir pernyataan yang telah disediakan peneliti.

Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar. Sebagai salah satu elemen bauran promosi, promosi penjualan merupakan unsur penting dalam kegiatan promosi produk (Hedynata & Radianto, 2016; Tasruddin, 2015). Menurut Lupiyoadi (2014), promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa.

Penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa data penelitian yang ditemukan mengenai kegiatan promosi menurut peserta pelatihan dalam pemasaran hasil karya busana jahitan warga belajar di PKBM Anarvani dalam hal ini tergolong baik, yang berarti kegiatan promosi yang digunakan pada pemasaran hasil karya busana jahitan dapat mempengaruhi proses dan hasil penjualan.

Distribusi Pemasaran Hasil Karya Busana Jahitan

Hasil temuan penelitian dan pengolahan data yang dilihat dari rekapitulasi persentase sebelumnya, dijelaskan bahwa pemasaran hasil karya busana jahitan pada aspek distribusi tergolong baik. Hal ini juga dibuktikan dengan jawaban peserta pelatihan menjawab positif pada butir pernyataan yang telah disediakan peneliti.

Distribusi yaitu sekumpulan sebuah organisasi yang membuat proses kegiatan penyaluran suatu barang atau jasa siap untuk dipakai oleh para konsumen atau pembeli (Karundeng, Mandey, & Sumarauw, 2018; Khiram & Irawati, 2017). Menurut Kotler dalam Nangoy, Mandey, & Kawet (2016), untuk menentukan jumlah perantara ada 3 strategi, yaitu distribusi intensif, distribusi selektif, dan distribusi eksklusif.

Penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa data penelitian yang ditemukan mengenai distribusi menurut peserta pelatihan dalam pemasaran hasil karya busana jahitan warga belajar di PKBM Anarvani dalam hal ini tergolong baik yang berarti distribusi yang digunakan pada pemasaran hasil karya busana jahitan dapat mempengaruhi proses dan hasil penjualan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diperoleh kesimpulan yaitu: (1) Perencanaan pada gambaran pemasaran hasil karya busana jahitan warga belajar di PKBM Anarvani pada kategori baik. Hal ini terlihat dari persentase jawaban responden yang menanggapi bahwa perencanaan yang dilakukan oleh PKBM Anarvani telah sesuai dengan tujuannya; (2) Menentukan label produk dan harga pada gambaran pemasaran hasil karya busana jahitan warga belajar di PKBM Anarvani pada kategori baik; (3) Kegiatan promosi pada gambaran pemasaran hasil karya busana jahitan warga belajar di PKBM Anarvani pada kategori baik. Hal ini terlihat dari persentase jawaban responden yang menanggapi bahwa kegiatan promosi yang digunakan pada pemasaran hasil karya busana jahitan dapat mempengaruhi proses dan hasil penjualan; (4) Mendistribusikan pada gambaran pemasaran hasil karya busana jahitan warga belajar di PKBM Anarvani pada kategori baik. Hal ini terlihat dari persentase jawaban responden yang menanggapi bahwa mendistribusikan hasil karya busana jahitan dapat mempengaruhi proses dan penjualan produk.

Merujuk pada hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut: (1) Bagi pihak PKBM Anarvani pada pelaksanaan pemasaran hasil karya busana jahitan warga belajar, diharapkan untuk dapat lebih sukses lagi dalam menjalankan pemasaran hasil karya busana jahitan selanjutnya sesuai dengan apa yang diharapkan; (2) Bagi peneliti yang ingin melanjutkan penelitian, diharapkan pada peneliti untuk meneliti faktor lain yang mempengaruhi pemasaran hasil karya busana jahitan warga belajar secara lebih terperinci.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Handoko, T. H. (1995). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 1–10. Retrieved from <http://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/viewFile/108/101>
- Karundeng, T. N., Mandey, S. L., & Sumarauw, J. S. B. (2018). Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus di CV. Karya Abadi, Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1748–1757. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20444>
- Khiram, H., & Irawati, W. (2017). Analisis Perencanaan Sistem Distribusi pada PT. Lafarge Cement Indonesia Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1), 118–134. Retrieved from <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/viewFile/2130/3263>
- Kotler, P. (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Jakarta: Salemba.
- McDaniel, C., & Gate, R. (2011). *Riset Pemasaran Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nangoy, S., Mandey, S. L., & Kawet, L. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Matahari Departemen Store Manado (Studi Kasus di Matahari Departemen Store Manado Town Square). *Jurnal Ilmiah Society*, 1(4). Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/16856>
- Sarbiran, S. (2002). Keterampilan dan Kecakapan Hidup (Life Skill): Sebuah Persoalan Martabat Manusia. *Cakrawala Pendidikan*, 21(2), 147–165. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/cp.v2i2.8753>
- Sari, L. R. (2016). *Pelaksanaan Pelatihan Kecakapan Hidup (Life Skills) di Lembaga Pembinaan Khusus Anak Klas I Kutoarjo*. Universitas Negeri Semarang. Retrieved from <http://lib.unnes.ac.id/28453/1/1201412013.pdf>
- Sudjana, D. (2004). *Pendidikan Non Formal: Wawasan Sejarah Perkembangan, Falsafah & Teori Pendukung Asas*. Bandung: Falah Production.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2000). *Metode Riset: Aplikasinya dalam Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tasruddin, R. (2015). Strategi Promosi Periklanan yang Efektif. *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1), 107–116.
Retrieved from <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Khitabah/article/download/2623/2473>