

KONTRIBUSI HASIL BELAJAR PRODUKSI BUSANA DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KESIAPAN MAHASISWA MEMBUKA USAHA BUTIK

Dian Retnasari¹

¹Universitas Negeri Yogyakarta
E-mail: dian.retnasari@uny.ac.id

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesiapan mahasiswa membuka usaha butik ditinjau dari kompetensi produksi busana *custom made*, produksi busana konveksi, dan pengetahuan kewirausahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Prodi Teknik Busana dan Pendidikan Teknik Busana Universitas Negeri Yogyakarta angkatan 2017 yang berjumlah 109 mahasiswa, sampel penelitian sebanyak 89 mahasiswa diambil menggunakan teknik *proportional random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, tes, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis statistik inferensial. Teknik analisis statistik inferensial yang digunakan untuk menguji hipotesis menggunakan teknik analisis korelasi parsial dan regresi linier berganda. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa ada pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan kompetensi produksi busana *custom made*, produksi busana konveksi, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap kesiapan berwirausaha. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai sumbangan dari kompetensi produksi busana *custom made* sebesar 24,15%, produksi busana konveksi 10,28% dan pengetahuan kewirausahaan sebesar 12,57 %, jadi total sumbangannya sebesar 47%, sedangkan 53% merupakan sumbangan dari variabel lain yang tidak diteliti.

Keywords: kesiapan berwirausaha, kompetensi, produksi, kewirausahaan

INTRODUCTION

Revolusi industri membawa tantangan besar, segala aspek berkembang tanpa batas yang ditandai dengan berkembangnya interaksi, konektivitas, dan batas antara manusia, mesin, serta sumber daya lainnya yang semakin konvergensi. Kondisi tersebut sejalan dengan berkembangnya kesadaran masyarakat akan *fashion* yang mengarah pada pemenuhan *life style* dalam berbusana[1].

Kebutuhan berbusana pada saat ini dapat dikatakan tidak hanya untuk menutupi tubuh, tetapi juga sebagai sarana berkomunikasi yang dapat memperlihatkan gaya hidup dan identitas pemakainya. *Trend fashion* menyusup ke dalam ideologi manusia, menanamkan cara pandang untuk melihat *fashion* sebagai gaya hidup, oleh karena itu *fashion* merupakan suatu kebutuhan bagi seluruh sosial masyarakat. *Fashion* dalam hal ini busana juga merupakan bagian yang terintegrasi dengan budaya, dan dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan

manusia [2], oleh karena itu busana menjadi peluang bisnis yang positif.

Seiring dengan perkembangan itu juga menyebabkan banyaknya pembangunan mall atau *shopping centre* dan *fashion business start-up*. Fenomena ini harusnya menjadi pendorong mahasiswa Teknik Busana untuk meningkatkan kesiapan berwirausaha di bidang busana yaitu butik, apalagi dengan perkembangan dunia *fashion* yang semakin cepat menjadikan butik semakin digemari pencinta dunia *fashion* terutama para wanita karena jenis busana dapat di pesan secara individual, selain itu konsumen bisa menentukan model dan jenis kain yang mereka inginkan sehingga busana yang dikenakan berbeda dengan orang lain. Hal ini tentunya membuat banyak konsumen mencari butik yang berkualitas baik dari segi bahan, teknik jahit dan *service*, sehingga usaha butik merupakan peluang usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Ekologi pembelajaran Perguruan Tinggi selalu berupaya agar mahasiswa siap bekerja

sesuai dengan kompetensi keahlian dan mampu mandiri. Untuk menjadi mandiri seseorang harus memiliki daya saing yang tinggi, kreatif, percaya diri, dan mempunyai penalaran. Untuk menghadapi tantangan itu, memerlukan pola berpikir secara komprehensif dengan mengoptimalkan potensi kecerdasan, kepekaan dalam memanfaatkan sumber belajar yang variatif, dan strategi kelas pembelajaran yang heterogin.

Dosen yang merupakan pilar utama dalam pengembangan kewirausahaan di Perguruan Tinggi (PT) diharapkan mampu untuk mentransfer nilai-nilai kewirausahaan kepada mahasiswa melalui berbagai aktifitas belajar-mengajar. Dosen memiliki potensi untuk membangkitkan dan mengembangkan jiwa berwirausaha.

Berwirausaha di bidang *fashion* membutuhkan bekal pengetahuan dan keterampilan yang cukup. Pembelajaran produksi busana baik itu *custom made* maupun industri memberikan konsep teoritis dan keterampilan dalam merencanakan, mengelola, dan mengevaluasi order busana secara perorangan maupun massal. *Learning outcome* mata kuliah produksi *custom made* adalah mahasiswa mampu menganalisis peluang usaha, mampu bertanggung jawab secara pribadi maupun berkelompok ketika membuka usaha jasa busana perorangan, dan mahasiswa mampu mengkomunikasikan secara lisan maupun tertulis serta menganalisis peluang usaha, prinsip manajemen usaha dan teknik melayani pelanggan. Sedangkan *learning outcome* mata kuliah produksi busana konveksi adalah mahasiswa mampu menganalisis dan melakukan pengelolaan order dari *buyer* baik secara mandiri atau juga dalam kerjasama tim dalam kegiatan: 1) melakukan perencanaan produksi meliputi: analisis order, perencanaan kebutuhan bahan, analisis *time study*, rancangan harga jual; 2) melaksanakan persiapan produksi: pembuatan sampel produk, pembuatan pola dan grading, pembuatan marker layout; 3) melaksanakan produksi: *spreading, cutting, bundling, numbering,*

penyambungan; 4) melaksanakan finishing produk: pemasangan kancing/ritsluiting, label, *packing*; 5) melaksanakan *quality control*: pada persiapan produksi, pelaksanaan produksi, finishing, dan hasil akhir produk; 6) menerapkan teori strategi pemasaran dalam menjual produk.

Tingkat keterlibatan seseorang dalam suatu kegiatan usaha berperan penting dalam menambah pengetahuan dan kemampuan dalam manajemen kekuatan usaha tersebut[3]. Hal ini dikarenakan pengalaman memberikan pengetahuan awal seseorang sebelum bertindak dalam mengelola usahanya sehingga tanpa disadari orang tersebut sudah memiliki kemampuan untuk memprediksi hasil atas tindakannya itu. Sehingga mata kuliah produksi busana secara tidak langsung menginternalisasikan jiwa dan mental kewirausahaan yang merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan dan mengembangkan hasrat berwirausaha. bisa menjadi tolak ukur pengalaman dalam berusaha upaya menginternalisasikan jiwa dan mental kewirausahaan baik melalui institusi pendidikan maupun institusi lain seperti lembaga pelatihan, training dan sebagainya. Dilanjutkan Saroni (2012) menyatakan bahwa Pendidikan kewirausahaan adalah program pendidikan yang menggarap aspek kewirausahaan sebagai bagian penting dalam pembekalan kompetensi anak didik. Pendidikan kewirausahaan dirancang untuk menanamkan kompetensi, keterampilan dan nilai-nilai yang diperlukan dalam mengenali peluang bisnis, mengatur dan memulai usaha baru upaya menginternalisasikan jiwa dan mental kewirausahaan baik melalui institusi pendidikan maupun institusi lain seperti lembaga pelatihan, training dan sebagainya. Dilanjutkan Saroni (2012) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan adalah program pendidikan yang menggarap aspek kewirausahaan sebagai bagian penting dalam pembekalan kompetensi anak didik. Pendidikan kewirausahaan dirancang untuk menanamkan kompetensi, keterampilan dan nilai

– nilai yang diperlukan dalam mengenali peluang bisnis, mengatur dan memulai usaha baru

Proses pembelajaran yang lain yaitu mata kuliah kewirausahaan juga dirancang untuk menanamkan kompetensi, keterampilan dan nilai-nilai yang diperlukan dalam mengenali peluang bisnis, mengatur dan memulai usaha baru. Dari pengetahuan ini, mahasiswa diharapkan mampu menganalisis kebutuhan atau keinginan konsumen sebagai bekal untuk membuka usaha. Suatu usaha *fashion*, harus dikelola secara benar. Inovasi diperlukan untuk meningkatkan usaha, dimana paradigma *fashion* yang cepat berkembang menuntut para pelaku bisnis untuk tanggap dan adaptif dalam menyikapi hal tersebut[4].

Pengetahuan gaya hidup konsumen juga penting dipelajari karena gaya hidup akan mempengaruhi daya beli konsumen terhadap produk *fashion*[5]. Sehingga kualitas produk atau citra produk juga menjadi dasar penentu seorang konsumen untuk membeli atau memiliki produk tersebut yang harus dipahami para pelaku bisnis *fashion*[6]. Semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan mahasiswa akan semakin terbuka wawasannya tentang kewirausahaan[7]. Pengetahuan yang dimaksud merupakan pengetahuan untuk merencanakan, menjalankan dan mengendalikan praktek usaha. Karena untuk melakukan suatu kegiatan usaha, seseorang harus mampu untuk bekerjasama, berkomunikasi yang baik dengan pelanggan, mengetahui kondisi pasar, mampu mengendalikan biaya, dapat memahami keahlian karyawan, dan tanggap terhadap perubahan. Hal ini akan menentukan keberhasilan suatu usaha, sehingga ketika seseorang berniat untuk berwirausaha haruslah bersiap-siap membekali diri dengan pengetahuan kewirausahaan.

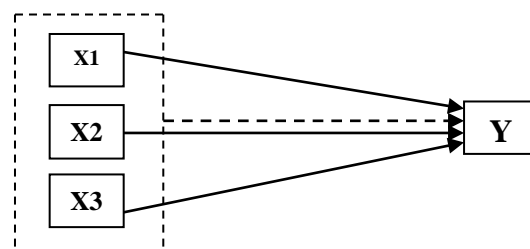
Kesiapan merupakan keadaan siap siaga untuk mereaksi atau menanggapi dan tingkat perkembangan dari kematangan pengalaman-pengalaman sebelumnya serta kondisi mental yang sesuai dalam mempraktikkan sesuatu. Kesiapan mencakup setidaknya tiga

aspek: yaitu (1) kondisi fisik, mental dan emosional; (2) kebutuhan-kebutuhan, motif dan tujuan; dan (3) keterampilan, pengetahuan dan pengertian yang lain yang telah dipelajari[8]. Aspek-aspek tersebut akan mempengaruhi kesiapan seseorang untuk memberi respon atau jawaban dengan cara tertentu terhadap suatu situasi.

Berdasarkan uraian tersebut dapat diketahui pentingnya kesiapan mahasiswa untuk membuka usaha butik, oleh karena itu, penting juga dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengkaji kesiapan mahasiswa untuk berwirausaha di bidang *fashion* yaitu membuka usaha butik ditinjau dari kompetensi produksi busana *custom made*, produksi busana konveksi dan pengetahuan kewirausahaan. Sehingga diharapkan hasil penelitian menjadi tolok ukur pembelajaran. Karena desain pembelajaran diharapkan mampu menghasilkan lulusan yang siap berwirausaha sesuai dengan perkembangan dan tuntutan dunia, dalam hal ini adalah kesiapan membuka usaha butik bagi mahasiswa teknik busana.

METHOD

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kesiapan mahasiswa membuka usaha butik (Y) yang ditinjau dari variabel produksi busana *custom made* (X1), produksi busana konveksi (X2), dan pengetahuan kewirausahaan (X3), baik secara parsial maupun simultan.



Gambar 1. Rancangan Penelitian

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Teknik Busana angkatan 2017 yang aktif berjumlah 109 mahasiswa. Jumlah sampel penelitian sebanyak 89 siswa diambil secara *proportional random sampling*. Instrumen penelitian menggunakan angket, tes, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dari hasil

penelitian kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistik inferensial[9]. Teknik analisis statistik inferensial yang digunakan untuk menguji

Model		Coefficients ^a		
		Collinearity Statistics		
		Tolerance	VIF	Keterangan
1	(Constant)			
	X1	.418	2.391	Bebas Mutikolonieritas
	X2	.422	2.367	Bebas Mutikolonieritas
	X3	.265	3.772	Bebas Mutikolonieritas

a. Dependent Variable: Y
 hipotesis menggunakan teknik analisis korelasi parsial dan regresi linier berganda, dengan uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji linieritas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

RESULTS AND DISCUSSION

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, menggunakan teknik analisis korelasi parsial dan regresi linier berganda, maka dilakukan uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji linieritas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas. Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui pola hubungan antara masing-masing variabel

Model Hubungan	Linearity	Kondisi	Ket. Distribusi Data
X ₁ dengan Y	0,000	Sig < 0,05	Linier
X ₂ dengan Y	0,000	Sig < 0,05	Linier
X ₃ dengan Y	0,000	Sig < 0,05	Linier

bebas dengan variabel terikat berbentuk linier atau tidak. Uji linieritas dilakukan berbantuan SPSS versi 21.0 for Windows dengan menggunakan Test for Linierity dengan taraf signifikan 0,05. Dua variabel penelitian dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila signifikansinya kurang dari 0,05. Hasil rangkuman uji linearitas disajikan dalam tabel berikut

Tabel 1 Ringkasan Hasil Uji Linearitas

Asumsi multikolonieritas menyatakan bahwa variabel bebas harus terbebas dari gejala multikolonieritas. Uji multikolonieritas ini dicari dengan metode VIF (*Variance Inflation Factor*) menggunakan bantuan SPSS versi 21.0 for Windows. Pedoman suatu model regresi yang bebas dari multikolonieritas adalah mempunyai nilai VIF < 10. Berdasarkan tabel 2 dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi multikolonieritas.

Tabel 2 Ringkasan Hasil Uji Multikolonieritas

Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokolerasi, untuk mendeteksi autokolerasi dalam model regresi ini dengan menggunakan uji *durbin-watson*. Hasil pengujian autokorelasi disajikan dalam Tabel 3

Tabel 3 Ringkasan Hasil Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	Durbin-Watson	Batas atas (dU)	Keterangan
1	1.984	1,758	Bebas Autokolerasi

a. Predictors: (Constant), XI, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

Hasil analisis diperoleh DW sebesar 1,984. Dimana dU = 1,758, sehingga diperoleh nilai= 2,242. Nilai perhitungan DW berada di 1,758 < 1,984 < 2,242, dengan demikian hasil analisis ini menunjukkan tidak terjadi autokolerasi.

Metode untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser*. Uji *glejser* dilakukan dengan meregresikan variabel independen dengan nilai absolute residual, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala

heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas disajikan dalam tabel 4.

Tabel 4 Ringkasan Hasil Uji Heteroskedastisitas

Setelah dilakukan uji persyaratan analisis, diperoleh keterangan bahwa data layak untuk dilakukan uji hipotesis. Uji hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji analisis korelasi parsial dan uji regresi linier berganda. Hasil analisis menggunakan *SPSS 21.0 for Windows* diperoleh hasil analisis regresi yang disajikan dalam Tabel 5

Tabel 5 Tabel Model Summary

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.933 ^a	.870	.864	4.38995

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3

Model Summary menunjukkan bahwa besarnya pengaruh secara simultan antara variabel produksi busana *custom made* (X1), produksi busana konveksi (X2), dan pengetahuan kewirausahaan (X3) dengan kesiapan berwirausaha (Y) dapat dilihat besarnya koefisien diterminasi sebesar 0,870 atau sama dengan 87%. Hal ini berarti 87% kesiapan berwirausaha mahasiswa dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel yaitu variabel produksi busana *custom made* (X1), produksi busana konveksi (X2), dan pengetahuan kewirausahaan (X3) sedangkan sisanya 13% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar model atau variabel lain yang tidak diteliti.

Sedangkan besarnya kontribusi secara parsial yang diuji menggunakan analisis korelasi parsial dengan bantuan SPSS diperoleh nilai sumbangan dari variabel produksi *custom made* sebesar sebesar 24,15%, produksi busana konveksi 10,28% dan pengetahuan kewirausahaan sebesar

12,57 %, jadi total sumbangannya sebesar 47%, sedangkan 53% merupakan sumbangan dari variabel lain yang tidak

Coefficients ^a			
Model	Sig.	Kondisi	Keterangan
1	X1	.588	Sig > 0,05 Bebas Heteroskedastisitas
	X2	.152	Sig > 0,05 Bebas Heteroskedastisitas
	X3	.654	Sig > 0,05 Bebas Heteroskedastisitas

a. Dependent Variable: AbsUt diteliti

Hasil penelitian menunjukkan adanya kontribusi variabel produksi busana *custom made* terhadap kesiapan mahasiswa membuka usaha butik sebesar 24,15%. Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu, bahwa kompetensi keahlian berpengaruh secara signifikan terhadap kesiapan berwirausaha[7]. Kompetensi keahlian yang dimaksud dalam hal ini salah satunya adalah kompetensi memproduksi busana secara *custom*.

Kegiatan membuka usaha butik memerlukan kemampuan yang sesuai, bahwa seyogyanya sebelum memasuki dunia usaha seseorang perlu membekali diri dengan pengetahuan tentang bidang usaha yang akan digeluti, mengetahui dan memahami tentang seluk beluk suatu bidang usaha. Hal ini dikarenakan *trend* busana selalu berkembang, kebutuhan dan keinginan konsumen juga selalu berubah, sehingga menuntut para calon pelaku usaha bidang busana untuk selalu berinovasi [10]. Seseorang dengan *basic* kompetensi yang bagus, dengan mudah orang tersebut melakukan inovasi-inovasi produknya dan akan semakin terampil membuat produk. Inovasi produk merupakan upaya pelaku bisnis *fashion* untuk mencari dan

mempertahankan pelanggan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh *fashion innovativeness* atau inovasi produk busana [11].

Produksi busana *Custom Made* merupakan salah satu matakuliah yang merupakan replika dari usaha butik. Dimana mahasiswa memberikan pelayanan jasa dan produk pada konsumen berupa pesanan pembuatan busana dan penjualan busana yang sudah jadi dengan model khusus dan istimewa karena model busana yang dijual di usaha butik didesain khusus oleh desainer, tidak diproduksi massal dan model yang dibuat tidak ada dipasaran dengan kualitas jahitan yang bermutu tinggi. Tentunya untuk memproduksi jahitan ini, ada beberapa resiko, tanggung jawab, kreatif, inovatif, dan kerja keras yang menjadi modal dasarnya.

Usaha penuh dengan risiko dan tantangan, seperti persaingan, harga naik turun dan barang tidak sesuai pesanan. Apabila suatu risiko benar-benar terjadi maka akibatnya akan menimbulkan dampak kerugian baik materi maupun non materi. Pengalaman masa lalu biasanya dapat digunakan untuk memperkirakan kemungkinan terjadinya risiko dan dampak kerugian yang mungkin ditimbulkannya. Pengetahuan ini perlu dipelajari oleh setiap pelaku usaha dalam rangka persiapan memasuki dunia usaha, yakni upaya menghindari risiko. Ketidak berhasilan atau kegagalan dapat dikategorikan sebagai sebuah risiko. Kegagalan akan menimbulkan seseorang *down*, sehingga untuk mengantisipasi kegagalan tersebut diperlukan kemampuan untuk mengambil resiko dari pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki[12].

Kreativitas merupakan potensi mahasiswa yang juga harus dikembangkan

agar mahasiswa dapat menghasilkan ide-ide baru dalam menciptakan produk yang menarik. Tentunya hal ini juga dapat meningkatkan produktifitas suatu usaha. Kreativitas ini jika dikelola dengan baik, maka akan mendatangkan keberhasilan.

Produksi busana konveksi (X2) berpengaruh terhadap kesiapan mahasiswa membuka usaha butik (Y). Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai sumbangan dari variabel produksi busana konveksi sebesar 10,28%. Kompetensi produksi konveksi mulai melakukan perencanaan produksi, persiapan produksi, pelaksanaan produksi, finishing, *quality control* dan pemasaran sangat diperlukan ketika seseorang memulai usaha di bidang *fashion*. Hal ini tentunya akan membekali mahasiswa dalam mengelola usaha *fashion*.

Di dalam perkuliahan konveksi, mahasiswa bekerja dalam tim, masing-masing orang dalam tim tentunya memiliki pemikiran yang berbeda-beda. Namun, setiap mahasiswa harus memahami target dalam tim dan memiliki satu visi yang sama dalam bekerja. Jika terjalin kerja sama yang baik, efisiensi kerja akan meningkat. Setiap mahasiswa akan menjalankan fungsinya secara bersamaan sesuai tanggung jawab masing-masing, sehingga tujuan usaha tercapai[13].

Mahasiswa merencanakan produksi, mulai dari menganalisis order dari buyer maupun order sendiri sampai pada persiapan bahan. Mengingat perkembangan *fashion* yang semakin pesat, sejalan dengan perkembangan ini memungkinkan adanya penggunaan bahan, corak, warna, aksesoris, pola dan pemecahannya yang berbeda dari satu model dengan model lainnya [14], sehingga perencanaan produksi berperan penting pada sektor bisnis *fashion*. Bekal kompetensi yang bagus akan menunjang

siswa untuk menghadapi tantangan di dunia usaha bidang busana yang berkelanjutan[15].

Mata kuliah ini juga membekali mahasiswa dengan skill pemasaran. Dimana pemasaran memiliki peran sangat penting karena merupakan ujung tombak yang berhubungan langsung dengan pelanggan, sehingga terjalin hubungan dengan para pelanggan. Dewasa ini pemasaran lebih banyak dilakukan dengan kegiatan *online*, mengingat revolusi industri 4.0 memungkinkan akses tanpa batas ruang dan waktu. Hampir konsumen fashion tanggap terhadap perkembangan teknologi, sehingga secara tidak langsung juga menuntut para pelaku bisnis untuk produktif dalam hal tersebut[16].

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh pengetahuan kewirausahaan (X3) terhadap kesiapan mahasiswa membuka usaha butik (Y), yang ditunjukkan dengan nilai sumbangan dari pengetahuan kewirausahaan sebesar 12,57%. Semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan siswa maka semakin tinggi pula kesiapan berwirausaha. Hal ini dikarenakan semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan siswa SMK, maka akan semakin terbuka wawasannya tentang kewirausahaan.

Pengetahuan kewirausahaan juga membekali mahasiswa agar mampu untuk bekerjasama, berkomunikasi yang baik dengan pelanggan, mengetahui kondisi pasar, mampu mengendalikan biaya, dapat memahami keahlian karyawan, tanggap terhadap perubahan, dan lain-lain. Secara umum dengan adanya mata kuliah kewirausahaan membekali peserta didik pengetahuan dasar tentang kewirausahaan, sehingga menambah rasa percaya diri dan keberanian dalam membuka lapangan kerja

baru setelah mendapatkan pengalaman di Perguruan Tinggi.

Pengetahuan kewirausahaan diperlukan mahasiswa untuk bekal membuka usaha butik. Dalam kegiatan usaha *fashion*, inovasi manajemen bisnis sangat diperlukan. Pelaku bisnis harus tanggap terhadap perkembangan *fashion* yang begitu cepat dan globalisasi teknologi[17]. Dalam hal ini diperlukan seorang pemimpin atau pelaku bisnis *fashion* yang solutif dan tanggap dengan berbagai permasalahan[18]. Sehingga kemampuan manajemen resiko sangat penting sebagai bentuk kesiapan untuk berwirausaha[19].

Kompetensi produksi busana *custom made*, produksi busana konveksi dan pengetahuan kewirausahaan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kesiapan berwirausaha. Hal ini dapat disadari, karena kompetensi membuat busana memiliki sumbangan dalam pembentukan kompetensi keahlian. Kompetensi keahlian tersebut diharapkan dapat meningkatkan kreatifitas mahasiswa dalam berinovasi mengembangkan produk busana.

Pembelajaran kewirausahaan membuka pengetahuan kewirausahaan kepada mahasiswa, dengan pengetahuan-pengetahuan tersebut mahasiswa terdorong untuk siap berwirausaha. Materi pembelajaran kewirausahaan sangat dibutuhkan untuk mempersiapkan kondisi mahasiswa, baik kondisi mental, keterampilan berwirausaha, dan manajemen sumber daya. Kematangan kondisi mahasiswa yang semakin matang, dengan didasari oleh pengetahuan kewirausahaan membuat mahasiswa semakin siap berwirausaha.

CONCLUSION

Kompetensi produksi busana *custom made*, produksi busana konveksi, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kesiapan mahasiswa Prodi Teknik Busana untuk membuka usaha butik, baik secara parsial maupun simultan. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai sumbangan dari kompetensi produksi busana *custom made* sebesar 24,15%, produksi busana konveksi 10,28% dan pengetahuan kewirausahaan sebesar 12,57 %, jadi total sumbangannya sebesar 47%, sedangkan 53% merupakan sumbangan dari variabel lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dan simpulan, maka disarankan kepada mahasiswa untuk meningkatkan kompetensi produksi busana *custom made*, produksi busana konveksi, dan pengetahuan kewirausahaan, dikarenakan ketiga faktor ini berpengaruh terhadap kesiapan berwirausaha siswa. Dosen sebagai pilar utama dalam pendidikan diharapkan dapat lebih bervariasi dalam meningkatkan kompetensi keahlian mahasiswa, begitu juga pengetahuan kewirausahaan melalui berbagai aktifitas belajar-mengajar. Dosen memiliki potensi untuk membangkitkan dan mengembangkan jiwa berwirausaha. Mahasiswa dengan bekal kompetensi dan pengetahuan yang cukup akan menambah rasa percaya diri siswa untuk berwirausaha.

Rasa percaya diri akan meningkat apabila seseorang mengetahui dan memahami tentang sesuatu hal yang akan dilakukan atau dijalankan. Kekurangtahuan dan kekurangpahaman akan mengakibatkan perasaan ragu, bila diteruskan dapat berdampak kegagalan. Karena itu dalam rangka meningkatkan rasa percaya diri seorang calon wirausahawan perlu menggali banyak pengetahuan dan

keterampilan. Pengetahuan dan keterampilan yang dimaksud merupakan pengetahuan untuk merencanakan, menjalankan dan mengendalikan praktek usaha. Karena untuk melakukan suatu kegiatan usaha, seseorang harus mampu untuk bekerjasama, berkomunikasi yang baik dengan pelanggan, mengetahui kondisi pasar, mampu mengendalikan biaya, dapat memahami keahlian karyawan, tanggap terhadap perubahan, dan lain-lain.

Peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis hendaknya dapat melibatkan variabel lain yang juga diprediksi mempengaruhi kesiapan berwirausaha seperti *self efficacy*, pengalaman prakerin, usia, minat berwirausaha, motivasi berwirausaha, motivasi berprestasi, dan lain-lain sehingga dapat diketahui hasil yang dapat memberikan sumbangan lebih besar dan dapat diketahui seberapa jauh variabel-variabel tersebut dapat mempengaruhi kesiapan mahasiswa untuk membuka usaha butik.

REFERENCES

- [1] Edwin Japariato and Sugiono Sugiharto, "Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya," *J. Manaj. Pemasar.*, vol. 6, no. 1, pp. 32–41, 2011.
- [2] I. Hadijah, "Upaya Peningkatan Export Drive Industri Fashion Di Era Globalisasi," *Teknol. dan Kejur.*, vol. 37, no. 1, pp. 95–108, 2014.
- [3] C. E. Mills, "Navigating the interface between design education and fashion business start-up," *Educ. Train.*, vol. 54, no. 8, pp. 761–777, 2012.
- [4] B. Ramdani, A. Binsaif, and E. Boukrami, "Business model

- innovation: a review and research agenda,” *New Engl. J. Entrep.*, vol. 22, no. 2, pp. 89–108, 2019.
- [5] M. S. Rahman and M. Mannan, “Consumer online purchase behavior of local fashion clothing brands: Information adoption, e-WOM, online brand familiarity and online brand experience,” *J. Fash. Mark. Manag.*, vol. 22, no. 3, pp. 404–419, 2018.
- [6] A. O’Cass, “Fashion clothing consumption: antecedents and consequences of fashion clothing involvement,” *Eur. J. Mark.*, vol. 38, no. 7, pp. 869–882, 2004.
- [7] C. Mills, “Enterprise orientations: A framework for making sense of fashion sector start-up,” *Int. J. Entrep. Behav. Res.*, vol. 17, no. 3, pp. 245–271, 2011.
- [8] Slameto, *Belajar dan Fako-faktor yang Mempengaruhi*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.
- [9] Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- [10] L. S. McNeill, “Fashion and women’s self-concept: a typology for self-fashioning using clothing,” *J. Fash. Mark. Manag.*, vol. 22, no. 1, pp. 82–98, 2018.
- [11] M. Rahman, M. Albaity, C. R. Isa, and N. Azma, “Towards a better understanding of fashion clothing purchase involvement,” *J. Islam. Mark.*, vol. 9, no. 3, pp. 544–559, 2018.
- [12] Z. K. Farmer, F. L., & Moon, “Mexican Migrant Entrepreneurial Readiness in Rural Areas of the United States,” *J. Rural Community Dev.*, vol. 6(2), 2011.
- [13] L. Hayes, “in the Fashion Industry,” pp. 61–62, 2009.
- [14] V. A. Vieira, “An extended theoretical model of fashion clothing involvement,” *J. Fash. Mark. Manag.*, vol. 13, no. 2, pp. 179–200, 2009.
- [15] A. Mukendi, I. Davies, S. Glozer, and P. McDonagh, “Sustainable fashion: current and future research directions,” *Eur. J. Mark.*, vol. ahead-of-p, no. ahead-of-print, 2020.
- [16] P. Bertola and J. Teunissen, “industry through digital transformation,” pp. 352–369, 2018.
- [17] A. A. M. Saiyed, “The role of leadership in business model innovation: a case of an entrepreneurial firm from India,” *New Engl. J. Entrep.*, vol. 22, no. 2, pp. 70–88, 2019.
- [18] C. Lang and C. M. J. Armstrong, “Fashion leadership and intention toward clothing product-service retail models,” *J. Fash. Mark. Manag.*, vol. 22, no. 4, pp. 571–587, 2018.
- [19] G. C. Chun Guo and C. X. Jiang, “Entrepreneurship and innovation in a global context,” *New Engl. J. Entrep.*, vol. 22, no. 1, pp. 2–4, 2019.
- [20] N. Sudjana, *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito, 2005.
- [21] A. Irianto, *Statistik: Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangannya*. Jakarta: Kencana, 2012.