**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN PERTANYAAN PENELITIAN**

1. **Tinjauan Mata Kuliah Manajemen Bisnis Busana Butik**

Mata Kuliah Manajemen Bisnis Busana Butik berdasarkan kurikulum yang berlaku merupakan mata kuliah keahlian yang harus ditempuh oleh semua mahasiswa semester 5 Program Studi Pendidikan Tatat Busana paket pilihan keahlian butik FPTK Universitas Pendidikan Indonesia. Proses perkuliahan Manajemen Bisnis Busana Butik diselenggarakan secara teori dengan bobot 2 sks. Kompetensi pembelajaran Manajemen Bisnis Busana Butik yaitu konsep manajemen bisnis busana butik, etika bisnis, strategi bisnis busana butik, manajemen produksi dan operasi dan pemasaran bisnis busana butik.

1. **Tujuan Pembelajaran Maanajemen Bisnis Busana Butik**

Tujuan perkuliahan Manajemen Bisnis Busana Butik seperti yang tercantum pada silabus perkuliahan (2009, hlm. 1), yaitu:

Mahasiswa diharapkan mampu memahami dan menguasai konsep manajemen bisnis busana butik, etika bisnis, strategi bisnis busana butik, manajemen sumber daya manusia, manajemen produksi dan operasi serta pemasaran bisnis busana butik.

Tujuan pembelajaran di atas, dapat dicapai apabila mahasiswa dapat memahami dan menguasai materi pembelajaran manajemen bisnis busana butik. Pembelajaran ini diberikan dengan harapan agar dapat memperluas wawasan dan pemahaman mahasiswa tentang manajemen bisnis busana butik sehingga mahasiswa mempunyai pengetahuan berupa konsep manajemen bisnis busana butik, etika bisnis, strategi bisnis busana butik, manajemen produksi dan operasi dan pemasaran bisnis busana butik.

1. **Materi Pembelajaran Manajemen Bisnis Busana Butik**

Materi merupakan pokok bahasan yang akan disampaikan pada suatu pembelajaran. Materi pembelajaran disampaikan agar tujuan pembelajaran yang ditentukan dapat tercapai. Materi pembelajaran Manajemen Bisnis Busana Butik meliputi konsep manajemen bisnis busana butik, etika bisnis, strategi bisnis busana butik, manajemen produksi dan operasi dan pemasaran bisnis busana butik.

1. **Konsep Manajemen Bisnis Busana Butik**

Konsep manajemen Bisnis Busana Butik terdiri dari pengertian, fungsi dan peran bisnis busana butik. Berikut uraian mengenai konsep manajemen bisnis busana butik yaitu:

1. **Pengertian Manajemen Bisnis Busana Butik**

Bisnis busana butik akan berjalan dengan lancar sesuai dengan yang diharapkan apabila dimanajemen dengan manajemen yang baik dan benar George R. Terry (Pandji Anoraga, 2009, hlm. 109) mengungkapkan bahwa manajemen adalah:

*Management is distinct process consisting of planning, organizing, actuating, controlling, utilizing in each both science aand art and follow in order to accomplish predetermined objectives.*

Kutipan tersebut mengindikasikan bahwa manajemen adalah proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian yang masing-masing bidang tersebut digunakan baik ilmu pengetahuan maupun keahlian yang diikuti secara berurutan dalam rangka usaha mencapai sasaran yang telah ditetapkan semula. Brown dan Petrello (Buchari Alma, 2001, hlm. 21) menyatakan bahwa “Bisnis adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat”.

Butik adalah salah satu jenis usaha busana yang menyediakan berbagai macam produk busana dan aksesoris yang berkualitas dan tidak diproduksi secara massal. Menurut Arifah A. Riyanto (2003, hlm. 120) “butik adalah suatu usaha pembuatan busana dengan jahitan kualitas tinggi dengan penjualan pelengkap busananya”. Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa usaha butik adalah salah satu jenis usaha bidang busana yang memberikan pelayanan jasa dan produk kepada konsumen berupa pesanan pembuatan busana dan penjualan busana yang sudah jadi dengan model khusus dan istimewa karena model busana yang dijual didesain khusus dan istimewa karena model busana didesain khusus oleh desainer, tidak diproduksi secara masal dengan kualitas jahitan bermutu tinggi.

Uraian diatas menunjukan bahwa pengertian manajemen bisnis busana butik dapat diartikan sebagai suatu proses mengelola bisnis khususnya bisnis butik yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian untuk mencapai tujuan perusahaan.

1. Perencanaaan Bisnis Busana Butik (*planing*)

Perencanaan adalah proses mendefinisikan tujuan organisasi, membuat strategi dan mengembangkan rencana kegiatan kerja perusahaan. Perencanaan dalam membuka bisnis butik yaitu pertama produk busana haruslah berkualitas tinggi dari mulai desain busana yang akan diproduksi, bahan yang digunakan, asesoris dan teknik jahit khusus yang menjadi ciri khas dari busana butik. Kedua yang perlu diperhatikan yaitu modal, yang dapat bersumber dari dana pribadi atau dari pinjaman. Ketiga metode pemasaran yaitu promosi butik yang dapat dilakukan dengan menyebarkan famplet, memasang spanduk dan baligo di beberapa tempat yang strategis. Keempat lokasi butik yang strategis, *eye cathing* dan mudah dilalui transportasi umum, juga desain interior butik yang semenarik mungkin agar dapat menarik perhatian pengunjung. Kelima yaitu harga barang yang disesuaikan untuk kalangan menengah keatas. Keenam yang harus diperhatikan yaitu *packaging*, dimana *packaging* dapat berpengaruh dalam penentuan harga.

1. Pengorganisasian Bisnis Busana Butik (*organizing*)

Pengorganisasian merupakan kegiatan untuk mencapai tujuan bisnis butik oleh sekelompok orang yang ada dalam perusahaan, dilakukan dengan cara memberi tugas, tanggung jawab, dan wewenang diantara kelompok tersebut. Perancangan organisasi bisnis butik dapat dilakukan dengan mengikuti prosedur yang dikembangkan oleh Ranupandojo (Moh. Adam, hlm.71) sebagaimana berikut:

1. Menentukan tujuan bisnis butik yang akan dicapai. Penentuan tujuan bisnis ini tentunya harus selaras dengan visi dan misi bisnis butik. Penentuan tujuan ini dapat dibuat oleh pemilik butik atau cara yang lebih lazim melalui perundingan antara pemilik dengan karyawan. Contoh tujuan bisnis butik yaitu misal target laba per bulan 15 juta rupiah dan mendirikan satu cabang di kota sekitar tiap dua tahun
2. Menyusun rencana dan kebijakan bisnis yang akan dipergunakan dalam mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Rencana merupakan seluruh kegiatan yang akan dilaksanakan di waktu mendatang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan kebijakan adalah prinsip-prinsip yang akan dipergunakan sebagai pedoman melaksanakan rencana. Berikut contoh rencana yaitu menjual busana pengantin muslimah 10 pcs dengan memiliki kebijakan: membuat atau mengikuti fashion show tiap tahunnya dengan memberi konsultasi mode, trend dan disain secara gratis
3. Menentukan seluruh kegiatan bisnis yang akan dilakukan untuk melaksanakan rencana dan kebijakan yang telah ditetapkan. Pada tahap ini menginventarisir semua kegiatan bisnis yang mungkin akan kita lakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berikut contoh inventaris kegiatan bisnis dalam butik:
4. Kegiatan produksi: Mendesain busana, membuat pola busana, mengadakan bahan baku dan bahan pelengkap busana, memotong kain, melakukan finishing (memasang payet, ornamen)
5. Kegiatan lainnya: Menerima order, melakukan pembukuan pembayaran, melakukan kegiatan administrasi, melayani pelanggan dengan ramah, membersihkan area *showroom*, merapikan *showroom* berikut busana yang diperdagangkan, melakukan promosi, melakukan penataan displai *showroom*, melakukan pengendalian kualitas produksi, melakukan pengecekan busana yang diperdagangkan, melakukan pengemasan busana.
6. Menghitung dan mengklasifikasikan kegiatan bisnis yang telah diinventarisasikan. Proses kegiatan ini diperlukan sebagai proses antara untuk menentukan berapa jumlah dan jenis departemen yang harus ada dalam struktur organisasi yang paling efektif dan efisien. Kegiatan-kegiatan yang mempunyai kesamaan fungsi dan tugas dikelompokkan dalam satu departemen.
7. Menyusun struktur organisasi. Setelah tahapan diatas telah dilaksanakan, siap untuk membentuk struktur organisasi. Dalam membentuk struktur organisasi, dapat mendasarkan pada beberapa bentuk struktur organisasi yang dapat disesuaikan dengan struktur organisasi yang dilaksanakan pada bisnis butik yang dijalankan yaitu dalam bentuk garis, staf dan kombinasi.
8. Pengarahan Bisnis Busana Butik (*directing*)

Pengarahan menurut Kasmir (2008, hlm. 58) yaitu “Pengarahan adalah proses untuk menjalankan kegiatan atau pekerjaan dalam organisasi”. Pengarahan merupakan tugas seorang manajer yang dituntut untuk berkomunikasi, memberikan petunjuk, memberi perintah, serta memberikan dorongan kepada karyawan”. Pengarahan dalam membuka usaha bisnis butik merupakan pengarahan kegiatan mendesain, membuat pola, memotong dan menjahit dapat terlaksana sesuai dengan rencana yang telah ditentukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

1. Pengendalian Bisnis Busana Butik (*controlling*)

Pengendalian menurut Panji Anoraga (2009, hlm. 119) yaitu “Pengendalian adalah suatu proses untuk memastikan bahwa aktivitas aktual perusahaan sesuai dengan yang telah direncanakan”. Pengendalian dalam bisnis busana butik dilakukan dari mulai pekerjaan awal yaitu persiapan alat yang meliputi mesin jahit, gunting kain, jarum tangan dan alat lainnya, persiapan bahan yang meliputi kain, benang, dan pelengkap hiasan busana lainnya, lalu proses pengerjaan dari mulai membuat pola, memotong kain menjahit dan penyelesaian akhir, sampai dengan hasil kegiatan dari proses awal sampai akhir menjadi suatu bentuk busana yang siap dipasarkan, yang dimaksud dari hasil pengendalian dapat dijadikan masukan untuk perbaikan perencanaan dan proses kegiatan sehingga akan ada peningkatan bisnis busana butik, baik kualitas maupun kuantitas.

1. **Fungsi Manajemen Bisnis Busana Butik**

Fungsi manajemen menurut M. Fuad dkk (2006, hlm. 93), yaitu “Berdasarkan pengertian manajemen, manajemen memiliki fungsi-fungsi meliputi: perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*), dan pengendalian (*controlling*).”

1. **Fungsi Perencanaan Bisnis Busana Butik (*planning*)**

Perencanaan merupakan kegiatan yang penting dilakukan dalam membuka bisnis butik. Fungsi perencanaan dalam membuka bisnis butik, yaitu:

1. Menentukan tujuan perusahaan.
2. Memberikan pedoman, pegangan dan arahan dalam melaksanakan aktivitas kegiatan perusahaan.
3. Memudahkan pengawasan karena perencanaan merupakan pedoman dalam melakukan aktivitas kegiatan perusahaan.
4. Mencegah pemborosan waktu, tenaga dan material.
5. Sebagai alat koordinasi agar tidak terjadi penyimpangan dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan.
6. Dapat mengidentifikasi peluang masa depan.
7. Mengantisispasi dan menghindari permasalahan di masa depan.
8. Mengembangkan rangkaian strategi.

Perencanaan dalam membuka usaha bisnis butik merupakan penetapan sasaran kinerja perusahaan di masa mendatang dan memutuskan upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk mencapainya. Dalam pelaksanaannya perencanaan dapat meliputi:

1. Menentukan model busana dan jumlah produk yang akan dibuat agar tepat dalam hal kualitas dan kuantitasnya sehingga dapat dicapai keuntungan maksimal.
2. Menetapkan jumlah dana dan sumber dana yang diperlukan untuk modal kerja maupun modal tetap.
3. Menentukan jumlah dan spesifikasi keahlian karyawan yang diperlukan perusahaan.
4. **Fungsi Pengorganisasian Bisnis Busana Butik (*organizing*)**

Pengorganisasian merupakan kegiatan yang dilakukan sekelompok orang yang ada dalam perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan, fungsi pengorganisasian dalam membuka bisnis butik, yaitu:

1. Mengalokasikan sumber daya perusahaan.
2. Merumuskan dan menetapkan pembagian tugas serta menetapkan prosedurnya.
3. Perekrutan, penyeleksian, pelatihan dan pengembangan serta pemeliharaan sumber daya manusia.
4. Penempatan sumber daya manusia.
5. **Fungsi Pengarahan Bisnis Busana Butik (*directing*)**

Pengarahan merupakan proses menjalankan kegiatan atau pekerjaan dalam organisasi yang dilakukan dengan berpedoman pada rencana yang telah disusun. Fungsi pengarahan dalam membuka bisnis butik adalah:

1. Memastikan prosedur kerja yang telah ditetapkan dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.
2. Meningkatkan tanggungjawab karyawan dan produktivitas yang tinggi.
3. Menghindari adanya karyawan yang melanggar peraturan.
4. Menjaga semangat kinerja karyawan dengan terus memberikan motivasi.
5. Meningkatkan kualitas perusahaan dengan membina disiplin kerja pada karyawan.
6. **Fungsi Pengendalian Bisnis Busana Butik (*controlling*)**

Pengendalian merupakan proses untuk mengukur dan menilai pelaksanaan tugas agar sesuai dengan rencana. Fungsi pengendalian dalam membuka bisnis butik adalah:

1. Memastikan kegiatan sesuai dengan rencana dan tujuan yang telah ditetapkan.
2. Menetapkan standar dan metode untuk mengukur prestasi, seperti berapa target produksi dan penjualan yang ingin dicapai.
3. Mengukur prestasi kerja karyawan.
4. Mengambil tindakan koreksi apabila terjadi penyimpangan dalam pelaksanaan kegiatan.
5. **Peran Manajemen Bisnis Busana Butik**

Suatu peran adalah sekumpulan perilaku yang diharapkan, Skinner (Panji Anoraga, 2009, hlm. 119). Ada 3 peran utama untuk dilaksanakan seorang manajer, yaitu:

1. Peran Interpersonal

Peran interpersonal, seorang manajer harus membina hubungan baik dengan karyawan. Bagian dari aktivitas ini mengharuskan manajer memimpin karyawan. Kepemimpinan diperlukan untuk mempengaruhi karyawan untuk dapat bekerja dengan baik, mempunyai rasa memiliki terhadap perusahaan, dan melaporkan pada manajer apabila terjadi penyimpangan.

1. Peran Informasional

Pada peran informasional seorang manajer merupakan titik pusat informasi dari karyawan dimana informasi mengalir ke dan dari manajer membuat manajer perlu memproses informasi. Manajer harus memiliki informasi tentang karyawan mulai dari keahlian, kelemahan dan kebutuhannya.

1. Peran Pengambil Keputusan

Manajer adalah seorang perantara dan komunikator berarti pengambilan keputusan harus dimiliki. Manajer merupakan kunci pengambilan keputusan dalam perusahaan dan harus bertindak sendiri terhadap informasi-informasi dari berbagai sumber, mempertimbangkan situasi, menganalisis sumber daya yang ada, dan kemudian menghubungkan semunya secara bersama-sama sebelum mencapai suatu keputusan. Seluruh faktor-faktor tersebut harus dipertimbangan sebelum mencapai suatu keputusan yang berbeda dalam setiap situasi.

1. **Etika Bisnis Busana Butik**
2. **Pengertian Etika Bisnis**

Etika menurut Baron (Ismail Solihin, 2009, hlm. 179) adalah “Suatu pendekatan sistematis atas pertimbangan moral berdasarkan penalaran, analisis, sintesis dan perenungan”. “Etika Bisnis adalah pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi atau sosial” (Budi Untung, 2012).

1. **Peranan Etika Bisnis Busana Butik**

Etika bisnis dalam membuka bisnis busana butik mempunyai peranan penting, yaitu untuk menjadikan bisnis butik memiliki daya saing yang unggul serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai yang tinggi. Adapun alasan yang mendorong perusahaan untuk menjalankaan bisnisnya secara etis, yaitu:

1. Penerapan etika bisnis dapat meningkatkan kinerja bisnis butik.
2. Penerapan etika bisnis seperti kejuruan, menepati janji dapat meningkatkan kualitas hubungan bisnis di antara dua pihak yang melakukan hubungan bisnis.
3. Untuk menghindari perusahaan dari penyalahgunaan yang dilakukan karyawan yang bertindak tidak etis.
4. Penerapan etika pada bisnis butik secara baik dapat menghindarkan terjadinya pelanggaran hak-hak karyawan.
5. Perusahaan perlu menerapkan etika bisnis dalam menjalankan usahanya, untuk mencegah adanya sanksi hukum karena hukum karena telah menjalankan bisnis secara tidak etis.
6. **Prinsip-prinsip Etika Bisnis Busana Butik**

Etika bisnis memiliki prinsip-prinsip yang harus ditempuh oleh perusahan untuk mencapai tujuannya dan harus dijadikan pedoman agar memiliki standar baku yang mencegah timbulnya kesimpangan dalam memandang etika moral sebagai standar kerja atau operasi perusahaan. (Muslich, 1998, hlm. 31-33) menyatakan prinsip-prinsip etika bisnis sebagai berikut:

1. Prinsip Otonomi

Prinsip otonomi adalah sikap perusahaan dalam membuka bisnis butik bebas memiliki wewenang untuk melaksanakan dengan visi dan misi perusahaan yang bertujuan pada kesejahteraan karyawan.

1. Prinsip Kejujuran

Kejujuran merupakan nilai yang paling mendasar dalam mendukung keberhasilan membuka usaha bisnis butik. Kejujuran harus diarahkan pada semua pihak, baik internal maupun eksternal perusahaan.

1. Prinsip Keadilan

Perusahaan harus bersikap adil kepada pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan, setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan dapat dipertanggung jawabkan. Contohnya upah yang adil kepada karyawan, pelayanan yang sama kepada konsumen, dan lain-lain.

1. Prinsip Saling Menguntungkan

Prinsip ini menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak.

1. Prinsip Menghargai diri

Prinsip ini merupakan tuntutan internal dalam diri karyawan untuk menjaga nama baiknya atau nama perusahaan melalui prinsip kejujuran dan prinsip keadilan.

1. **Etika Bisnis Dalam Kegiatan Bisnis Busana Butik**
2. Etika Dalam Produksi dan Pemasaran

Etika dalam produksi dan pemasaran bertujuan untuk melindungi konsumen

dari perlakuan yang tidak etis yang mungkin dilakukan oleh perusahaan seperti produk tidak sesuai dengan kondisi dan kualitas produk tidak sesuai dengan yang ditawarkan.

1. Etika Dalam Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membelinya. Keberadaan produk harus dilakukan promosi agar mudah dan cepat dikenali oleh masyarakat dengan harapan kenaikan pada tingkat pemasaranya. Di dalam melakukan promosi diperlukan etika-etika yang mengatur bagaiman cara melakukan promosi yang baik dan benar serta tidak melanggar peraturan yang berlaku, etika ini juga diperlukan agar dalam promosi tidak ada pihak-pihak yang dirugikan oleh jenis promosi yang dipilih. Manfaat etika dalam promosi yaitu menyampaikan informasi yang benar dan obyektif tentang produk, sarana untuk membangun image positif, menghindari memanipulasi atau memberdaya konsumen dan tidak mengecewakan konsumen karena berpedoman pada prinsip kejujuran.

1. Etika Manajemen Sumber Daya Manusia

Seorang karyawan harus beretika dengan mempunyai rasa tanggung jawab dan melakukan tugas dengan baik, hal itu termasuk melaksanakan perannya sebagai suatu sumber daya manusia yang penting di dalam mekanisme bisnis dalam perusahaan. Manfaat etika manajemen sumber daya manusia adalah untuk mensejahterakan karyawan, melindungi hak-hak karyawan, menghindari penyalahgunaan di dalam pengelolaan dan sumber daya manusia serta memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan.

1. Etika Manajemen Keuangan

Pelaksanaan fungsi keuangan secara tidka etis dapat menimbulkan berbagai kerugian. Etika bisnis dalam manajemen keuangan adalah berhubungan dengan penganggaran. Anggaran adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan yang berlaku untuk jangka waktu tertentu di masa mendatang. Anggaran berkaitan dengan manajemen keuangan yang berkaitan dengan waktu, biasanya disebut dengan rencana keuangaan. Manfaat etika manajemen keuangan dapat menghindari dari tindak korupsi, dapat mengetahui laporan keuangan secara transparan dan menstabilkan keuangan perusahaan.

1. **Strategi Bisnis Busana Butik**
2. **Pengertian Strategi**

Pada kondisi lingkungan bisnis butik yang dinamis, semakin cepat terjadi perubahan maka persaingan bisnis butik juga menjadi semakin ketat. Menghadapi hal tersebut, suatu usaha bisnis perlu suatu strategi bersaing dalam menghadapi persaingan untuk kelangsungan usaha tetap berjalan. Strategi menunjukan arah yang hendak ditempuh oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya, strategi menurut Kenneth (Panji Anoraga, 2009, hlm. 339), yaitu:

Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuaatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.

Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.

1. **Perumusan Strategi Bisnis Busana Butik**

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi perusahaan, menetapkan tujuan strategis, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan. Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskaan strategi, yaitu:

1. Memilih dan mengidentifikasi lokasi untuk *workshop* yang harus dilengkapi peralatan produksi yang memadai dari penyediaan mesin jahit, mesin obras dan tempat untuk peletakkan alat dan bahan yang diperlukan selama proses produksi. *Showroom* dengan desain interior yang menarik dan sesuai dengan konsep tema dari butik busana pengantin muslimah, sehingga dapat memberikan kenyamanan dan keleluasaan pengunjung yang datang dengan dilengkapi tempat yang dibutuhkan seperti ruang ganti pakaian, *fitting room*, *toilet* dan ruang tunggu.
2. Melakukan analisis lingkungan internal yang dapat dianalisis dari hubungan anatara pemilik perusahaan, bagian manajemen dan pegawai. Analisis lingkungan eksternal dapat dilakukan dengan mensurvei kebutuhan masyarakat menengah keatas akan busana butik sebagai peluang usaha bisnis.
3. Megevaluasi strategi dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi. Evaluasi strategi dapat dilakukan setelah proses analisis pada poin sebelumnya dilakukan.
4. Memiliki strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek melalui *fashion show, event*, bazar dan jangka panjang melalui sistem *online shop¸web* dan memiliki cabang dibeberapa tempat yang strategis . Strategi yang dilakukan salah satunya dengan memiliki inovasi-inovasi yang terbaru baik dalam pembaruan model busana butik ataupun dalam proses pemasaran yang mengikuti zaman secara *continue*.
5. **Tantangan Bisnis Busana Butik**

Perusahaan akan selalu dihadapkan pada tantangan-tantangan yang tidak ringan. Perusahaan harus secara cermat memperhatikan dan memahami jenis-jenis tantangan tersebut. Apabila tantangan tersebut tidak diperhatikan dan dicermati akan berakibat terhambatnya usaha yang dilakukan bahkan apabila dibiarkan akan mengarah kepada kemunduran usaha yang dilakukannya. Berikut tantangan dalam bisnis busana butik:

1. Meningkatnya Penekanan pada Kualitas dan Kepuasan Pelanggan

Beragam motivasi membeli (kemudahan, gaya, keistimewaan, pelayanan) sangat berperan kuat dalam kegiatan pemasaran produk. Pelanggan memberikan bobot yang lebih besar pada kualitas dan nilai dalam membeli. Artinya, pelanggan dalam memutuskan membeli produk busana akan menekankan kualitas bahan dan keistimewaan model produk busana tersebut.

1. Meningkatnya Penekanan pada Pemasaran Langsung dan On-Line

Penjualan online dinilai konsumen lebih mudah. Melalui pelayanan online, konsumen dapat memberikan dan menerima saran tentang produk dan jasa dengan bercakap-cakap dengan para pemakai lain, menentukan nilai terbaik, melakukan pemesanan, dan mendapatkan pengiriman barang keesokan harinya, sehingga ketergantungan konsumen pada pembelian langsung berkurang. Artinya, perusahaan selain melakukan pemasaran secara langsung dapat juga melakukan pemasaran online untuk memperluas sistem pemasaran.

1. Meningkatnya Pemasaran Jasa

Semakin meningkatnya kesejahteraan masyarakat maka akan semakin meningkat pula kebutuhan akan jasa. Artinya, perusahaan dapat memberikan pelayanan jasa berupa pesanan pembuatan busana dan konsultan busana.

1. Meningkatnya Penekanan pada Perilaku Pemasaran Etis

Perusahaan dalam menghasilkan dan menjual produknya tidak dapat seenaknya, seperti pada masa lalu. Dewasa ini atribut produk tidak hanya mempersyaratkan kualitas produk yang sifatnya dapat dilihat saja tetapi juga kualitas produk yang tidak berwujud, seperti layanan, kejujuran. Artinya, kejujuran dan pelayanan baik pada konsumen yang dilakukan perusahaan merupakan kunci keberhasilan perusahaan dalam membuka bisnis butik.

1. **Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal Bisnis Busana Butik**
2. Lingkungan Internal

Lingkungan internal perusahaan merupaan sumber daya perusahaan yang akan menentukan kelemahan dan kekuatan perusahaan. Sumber daya perusahaan ini meliputi sumber daya manusia seperti pengalaman, kemampuan, pengetahuan, keahlian dan pertimbangan dari seluruh karyawan perusahaan, sumber daya perusahaan seperti proses dan sistem perusahaan, manajemen pembelian bahan baku, produksi/operasi, keuangan, pengembangan, pemasaran, sistem informasi, dan sistem pengendalian, dan sumber daya fisik (pabrik dan peralatan, lokasi geografis, akses terhadap material, jaringan distribusi dan teknologi).

1. Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal adalah lingkungan yang berada diluar organisasi dan perlu dianalisis untuk menentukan kesempatan dan ancaman yang akan dihadapi perusahaan. Terdapat dua perspektif konsep lingkungan eksternal. Pertama, perspektif yang memandang lingkungan eksternal sebagai wahana yang menyediakan sumber daya bagi kelangsungan hidup perusahaan, kedua, perspektif yang memandang lingkungan eksternal sebagai informasi.

1. **Manajemen Keuangan Bisnis Butik**
2. **Pengertian Manajemen Keuangan**

Mengelola keuangan perusahaan merupakan tindakan yang perlu dilakukan untuk menentukan arus keuangan yang terjadi antara perusahaan dengan pihak lain dan melihat keuntungan atau kerugian yang diperoleh oleh perusahaan pada suatu periode tertentu. Manajemen keuangan menurut Susan Irawati (2006, hlm. 1), yaitu:

Manajemen keuangan adalah suatu proses dalam pengaturan aktivitas atau kegiatan keuangan dalam suatu organisasi, dimana didalamnya termasuk kegiatan *planning*, analisis dan pengendalian terhadap kegiatan keuangan yang biasanya dilakukan oleh manajer keuangan

Tujuan manajemen keuangan adalah untuk memaksimalkan profit atau keuntungan dan meminimalkan biaya guna mendapatkan suatu pengambilan keputusan yang maksimum, dalam menjalankan perusahaan ke arah perkembangan.

1. **Fungsi Manajemen Keuangan Bisnis Busana Butik**

Fungsi manajemen keuangan yang harus dilakukan yaitu:

1. Perencanaan Keuangan

Membuat rencana pemasukan dan pengeluaran serta kegiatan-kegiatan lainnya untuk periode tertentu.

1. Penganggaran Keuangan

Penganggaran keuangan merupakan perencanaan keuangan dengan membuat data pengeluaran dan pemasukan.

1. Pengelolaan Keuangan

Menggunakan dana perusahaan secara maksimal.

1. Pengendalian Keuangan

Melakukan evaluasi serta perbaikan atas keuangan dan sistem keuangan pada perusahaan.

1. Pemeriksaan Keuangan

Melakukan audit internal atas keuangan perusahaan yang ada agar tidak terjadi penyimpangan.

1. **Tanggung Jawab Manajemen Keuangan Bisnis Busana Butik**

Tugas utama manajer keuangan yaitu membuat *planning* tentang pengadaan dan pengalokasian dana guna memaksimumkan nilai perusahaan, dimana di dalamnya menyangkut kegiatan sebagai berikut:

1. Peramalan dan Perencanaan

Manajer keuangan harus mengatur perencanaan keuangan perusahaan.

1. Keputusan Pembiayaan

Keputusan pembiayaan harus dapat menyediakan modal untuk bahan pendukung dalam pertumbuhan perusahaan. Sumber dana yang dapat digunakan untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan adalah modal internal dan eksternal.

1. Pengkoordinasian

Manajer keuangan harus dapat bersikap kooperatif atau bekerja sama dengan eksekutif bidang lain agar perusahaan dapat beroperasi seefisien mungkin.

1. Berinteraksi dengan Lembaga Keuangan

Manajer keuangan harus berinteraksi dengan lembaga keuangan untuk mendapatkan pinjaman dana ekstern.

1. **Sumber Dana dan Penggunaan Dana Bisnis Busana Butik**
2. Sumber Dana Bisnis Busana Butik

Dalam membuka usaha bisnis busana butik tentu membutuhkan dana atau modal untuk membiayai operasi peusahaan sehari-hari ataupun untuk keperluan lainnya. sumber dana yang diperlukan perusahaan dalam membuka busana butik dapat berasal dari sumber dana intern (dana dari pemilik butik) dan sumber dana ekstern (dana dari pinjaman bank).

1. Penggunaan Dana Bisnis Butik

Manajer keuangan harus dapat membedakan dua jenis pengeluaran, yaitu pengeluaran jangka pendek dan jangka panjang.

1. Pengeluaran Jangka Pendek

Pengeluaran jangka pendek adalah pengeluaran dalam aktivitas sehari-hari. Penggunaan jangka pendek meliputi persediaan bahan baku, barang dalam proses, maupun barang jadi dan pengeluaran untuk pembayaran upah dan gaji karyawan serta biaya operasional lainnya.

1. Pengeluaran Jangka Panjang

Pengeluaran jangka panjang merupakan tambahan untuk memenuhi kebutuhan

dana bagi pengeluaran operasionalnya, dan dana untuk membiayai pengeluaran seperti bangunan dan pembelian mesin-mesin produksi busana.

1. **Manajemen Sumber Daya Manusia Bisnis Busana Butik**
2. **Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia**

Sumber daya manusia merupakan sesuatu yang berhubungan dengan orang-orang dan masalah orang-orang yang bekerja di dalam suatu perusahaan. Manajemen sumber daya manusia menurut Hasibuan (2003, hlm. 10) “Manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat”.

Manajemen sumber daya manusia merupakan bagian yang berhubungan dengan keputusan organisasi yang berdampak pada angkatan kerja atau angkatan kerja potensial perusahaan. Manajemen sumber daya manusia harus membantu manajemen dalam kegiatan mengintegrasi dan mengkoordinasikan kepentingan unsur-unsur pokok organisasi, dengan memutuskan untuk mempertinggi posisi persaingan organisasi melalui produktivitas yang lebih tinggi dan kualitas produk dan jasa yang lebih tinggi yang akhirnya akan mempertinggi kepuasan konsumen.

1. **Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia**

Tujuan manajemen sumber daya manusia adalah meningkatkan kontribusi produktif orang-orang yang ada dalam perusahaan melalui sejumlah cara yang bertanggung jawab secara strategis, etis, dan sosial. Departemen sumber daya manusia dikatakan penting karena departemen tersebut tidak mengontrol banyak faktor yang membentuk andil sumber daya manusia misalnya: modal, bahan baku dan prosedur. Departemen ini tidak memutuskan masalah strategi atau perlakuan supervisor terhadap karyawan, meskipun departeman tersebut jelas mempengaruhi keduanya. Manajemen sumber daya manusia mendorong para manajer dan tiap karyawannya untuk melaksanakan strategi yang diterapkan oleh perusahaan.

1. **Pengadaan Sumber Daya Manusia**

Tujuan pengadaan sumber daya manusia dalam membuka bisnis busana butik terdiri dari aspek kuantitatif dan aspek kualitatif, yaitu:

1. Aspek Kuantitatif

Pengadaan sumber daya manusia dilihat dari aspek kuantitatif bertujuan untuk mengetahui jumlah karyawan yang dibutuhkan di *workshop* dan jumlah karyawan yang dibutuhkan di *showroom*.

1. Aspek Kualitatif

Pengadaan sumber daya manusia dilihat dari aspek kualitatif, bertujuan untuk menentukan keahlian karyawan yang ditempatkan di *workshop* dan karyawan yang ditempatkan di *showroom*.

1. **Proses dan Pengelolaan Manajemen Sumber Daya Manusia Bisnis Butik**

Untuk memperoleh, mempertahankan, dan mengembangkan sumber daya manusia yang potensial, perusahaan harus melakukan pengelolaan sumber daya manusia, yaitu:

1. Tenaga Kerja (*recruitment*)

Rekrutmen tenaga kerja (karyawan) merupakan suatu proses untuk menemukan dan menarik calon tenaga kerja yang memiliki keahlian sesuai dengan posisi yang dibutuhkan perusahaan. Tenaga kerja ahli yang dibutuhkan dalam bisnis busana butik yaitu mendesain busana (desainer), membuat pola busana, mengadakan bahan baku dan bahan pelengkap busana, memotong kain, melakukan finishing (memasang payet, ornamen) dan *packaging*. tenaga kerja dalam sistem manajemen yaitu menerima order, melakukan pembukuan pembayaran, melakukan kegiatan administrasi, melayani pelanggan dengan ramah, membersihkan area *showroom*,merapikan *showroom* berikut busana yang diperdagangkan, membuat iklan, melakukan promosi, melakukan penataan displai *showroom*, membuat faktur penjualan, melayani pengaduan dari pelanggan, melakukan penagihan pembayaran, melakukan pengendalian kualitas produksi, melakukan pengecekan busana yang diperdagangkan, dan melakukan pengemasan busana (*packaging).*

1. Seleksi (*selection*)

Seleksi adalah proses tahap pengujian dan melakukan pemilihan calon karyawan yang paling memenuhi syarat dari sekumpulan pelamar, untuk suatu jabatan tertentu seperti manajer persyaratan minimal yang diperlukan sekurang-kurangnya meliputi: pendidikan formal, kecerdasan minimal, usia, keterampilan, status perkawinan, penampilan, jenis kelamin, pengalaman dan kewarganegaraan. Untuk tenaga kerja pada bagian produksi diperlukan keterampilan dalam membuat busana dari mulai menjahit sampai penyelesaian akhir seperti bagian payet dan lainnya.

1. Pemeliharaan Karyawan

Kompensasi yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan dapat memberikan konstribusi yang positif bagi perusahaan. Kompensasi dapat berbentuk gaji dan bonus, pelaksanaan rekreasi atau seperti pujian, penghargaan, dan pengakuan terhadap karyawan.

1. Pemutusan Tenaga Kerja (*separation*)

Pemutusan hubungan kerja antara perusahaan dengan karyawan dapat disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain: karyawan diberhentikan karena tidak dapat mencapai kinerja yang dipersyaratkan seperti tidak tepat waktu dalam penyelesaian produksi busana tanpa alasan yang jelas dan karyawan mengundurkan diri dari perusahaan.

1. **Manajemen Produksi dan operasi dan Pemasaran Bisnis Busana Butik**
2. **Pengertian Manajemen Produksi dan operasi**

Manajemen produksi dan operasi merupakan kegiatan untuk mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber-sumber daya yang berupa sumber daya manusia, sumber daya alat dan sumber daya dana serta bahan secara efektif dan efisien untuk menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) sesuatu barang atau jasa. Manajemen produksi dan operasi menurut Eddy Herjanto (2003, hlm. 2), yaitu:

Manajemen produksi dan operasi merupakan suatu proses yang secara berkesinambungan dan efektif menggunakan fungsi-fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan

Manajemen produksi dan operasi merupakan serangkaian proses pencapaian dan pemanfaatan sumber-sumber daya untuk memproduksi atau menghasilkan produk busana yang berguna sebagai usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan.

1. **Ruang Lingkup Manajemen Produksi dan Operasi Bisnis Busana Butik**

Ruang lingkup manajemen produksi dan operasi mencakup perancangan sistem produksi dan operasi dan pengendalian sistem produksi dan operasi. Peranan perancangan dan pengendalian produksi dan operasi adalah untuk mengkoordinasikan kegiatan bagian langsung atau tidak langsung dalam berproduksi, sehingga perusahaan dapat menghasilkan produk busana dengan efektif dan efisien serta mencapai sasaran.

Sistem produksi merupakan sekumpulan subsistem yang saling berinteraksi dengan tujuan untuk mengubah masukan (input) produksi menjadi keluaran (output) yang berupa produk tertentu. Masukan produksi ini merupakan modal perusahaan yang dijadikan sumber daya dalam memproduksi produk, seperti sumber daya manusia, bahan baku, mesin, peralatan, dana, informasi, energi. Sedangkan keluaran produksi merupakan produk yang dihasilkan berikut dengan hasil sampingannya seperti limbah dan perca.

Sistem produksi industri fesyen dapat dikelompokkan menjadi beberapa kategori berdasarkan aspek tugas pekerja, waktu, dan tipe alur produk menurut Aulia (Adam Mohammad, 2012, hlm. 28), yaitu “Sistem produksi fesyen secara menyeluruh (whole garment production systems) dan Sistem produksi fesyen per seksi (section production system)”.

1. Sistem Produksi Fesyen secara Menyeluruh (*Whole Garment Production Systems*)

Sistem produksi fesyen secara menyeluruh ini terdiri atas sistem produksi fesyen secara lengkap (*complete whole garment*). Pada tipe sistem produksi *complete whole garment*, pekerja membuat suatu item fesyen secara individu (seorang diri) mulai dari pemotongan kain sampai operasi terakhir tanpa memperdulikan apakah itu operasi pemotongan (*cutting*), penjahitan (*sewing*), ataupun pengerjaan akhir (*finishing*). Sistem ini biasanya digunakan di beberapa industri fesyen yang disebut dengan *custom wholesale*. Contohnya pada *houtecouture*, butik dan pada produksi busana perorangan lainnya. Dari sini biasanya dibuat pakaian jadi yang eksklusif dengan harga tinggi dan terbatas jumlah maupun distribusinya.

1. Perancangan Sistem Produksi dan operasi

Perancangan berfungsi agar kegiatan produksi dan operasi terarah bagi pencapaian tujuan produksi dan operasi, serta fungsi produksi dapat terlaksana dengan

baik. Perancangan sistem produksi dan operasi meliputi:

1. Desain produk

Membuat desain busana pengantin muslimah dengan desain hiasannya yang mempunyai ciri khas yaitu desain busana harus sesuai dengan aturan agama Islam dengan tetap memiliki unsur keindahan.

1. Perancangan proses dan peralatan

Proses yang dilalui setelah desain produk yaitu proses produksi ke dalam busana jadi, dari mulai proses awal penyiapan alat dan bahan, proses produksi dari menjahit sampai penyelasaian dan didukung oleh ketersediaan alat dan bahan yang lengkap.

1. Rancangan tugas pekerjaan

Rancangan tugas pekerjaan antara lain rancangan kerja karyawan yang harus disusun secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan. Harus diperhatikan yaitu pembagian tugas yang disesuaikan dengan kemampuan karyawan per bidangnya yaitu pada bagian manajemen dan bagian produksi busana.

1. Strategi produksi dan operasi

Rancangan sistem produksi dan operasi harus disusun dengan landasan strategi

produksi dan operasi yang disiapkan terlebih dahulu secara matang.

1. Pengendalian Sistem Produksi dan operasi

Pengendalian dan pengawasan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui kegiatan produksi dan operasi yang dilaksanakan sesuai dengan apa yang telah direncanakan, dan apabila terjadi penyimpangan, maka dapat dikoreksi sehingga apa yang diharapkan dapat tercapai. Pengendalian sistem produksi dan operasi mencakup:

1. Pengendalian pengadaan bahan

Kelancaran kegiatan produksi dan operasi sangat ditentukan oleh kelancaran tersedianya bahan yang dibutuhkan bagi produksi dan operasi.

1. Pemeliharaan mesin dan peralatan

Mesin dan peralatan yang digunakan dalam proses produksi dan operasi harus selalu terjamin tetap tersedia untuk dapat digunakan, sehingga dibutuhkan adanya kegiatan pemeliharaan atau perawatan.

1. Pengendalian mutu

Terjaminnya kualitas produk dari hasil proses produksi dan operasi menentukan keberhasilan dari pengoperasian sistem produksi dan operasi.

1. Manajemen sumber daya manusia

Pelaksanaaan pengoperasian sistem produksi dan operasi ditentukan oleh kemampuan dan keterampilan karyawan serta keefektifan pemanfaatannya.

1. Pengendalian biaya

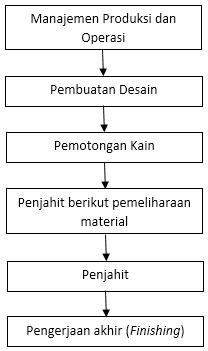
Kegiatan ini dilakukan atas beban penggunaan bahan dan waktu dari kegunaan mesin dan karyawan serta kefektifan pemanfaatannya.

1. Pengendalian produksi

Pengendalian ini dilakukan untuk menjamin apa yang telah ditetapkan dalam rencana produksi dan operasi dapat terlaksana, dan apabila terjadi penyimpangan dapat segera dikoreksi sehingga tidak mengganggu pencapaian target produksi dan operasi.

1. Proses Produksi

Proses produksi merupakan serangkaian proses yang dilalui secara berurutan dalam melakukan transformasi masukan menjadi suatu produk tertentu. Proses produksi pada bisnis busana butik pada umumnya dapat digambarkan pada tabel berikut:



Bagan 2.1 Proses Produksi Bisnis Butik

Sumber : Modivikasi Moh. Adam (2012, hlm. 34)

Berdasarkan alur diatas diperlukan adanya proses manajemen yaitu manajemen produksi dan operasi. Manajemen diperlukan agar usaha butik yang dijalankan akan lebih efektif dan memiliki *jobdesk* yang diperlukan dalam usaha bisnis butik.

1. **Lokasi Bisnis Busana Butik**
2. Penentuan Lokasi Bisnis Busana Butik

Menentukan lokasi bisnis merupakan faktor terpenting dalam membuka bisnis butik. Penentuan lokasi bisnis yang tepat tidak hanya mempengaruhi pemasaran tetapi juga mempengaruhi biaya produksi dan operasi, harga jual dan kemampuan memiliki daya saing.

Beberapa faktor yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi tersebut dapat dibagi dalam faktor primer dan faktor sekunder. Faktor primer untuk butik adalah ketersediaan bahan baku, tenaga kerja terampil, dan transportasi yang memadai, sedangkan kedekatan dengan pasar merupakan faktor sekunder. Berikut ini adalah faktor yang perlu dipertimbangkan dalam memilih lokasi bisnis.

1. Kedekatan dengan Pasar

Konsumen merupakan pembeli atau pemakai produk yang dihasilkan oleh produsen. Bisnis yang lokasinya didekatkan dengan konsumen karena mempunyai pertimbangan berikut: mempunyai efisien dan efektifitas pemasaran, lebih mudah mengetahui adanya perubahan selera konsumen, untuk mengurangi resiko kerusakan dalam distribusi, biaya distribusi barang yang mahal, ketersediaan Sumber Tenaga Kerja. Tenaga kerja dapat dibedakan menjadi dua kategori tenaga kerja yaitu tenaga kerja terdidik (*skilled labour*) dan tenaga kerja tidak terdidik (*unskilled* *labour*). Bisnis fesyen yang menjadikan faktor ketersediaan tenaga kerja ini sebagai faktor primer karena butik memerlukan tenaga kerja terdidik dalam jumlah yang sangat besar. Jadi, kriteria strategis disini adalah ketersediaan tenaga kerja.

1. Kedekatan dengan Sumber Bahan Baku

Bisnis butik yang tidak mempunyai jaminan persediaan bahan baku yang baik sebaiknya diletakkan dengan sumber bahan baku. Butik yang mendekatkan lokasi bisnis dengan sumber bahan baku dapat memperpendek jalur pengadaan, mengurangi hambatan dan resiko, serta apabila bersaing dengan butik lain maka dapat meminimalkan persediaan bahan baku karena lokasi yang dekat dengan sumber bahan baku.

1. Fasilitas Transportasi

Tersedianya fasilitas transportasi akan melancarkan pengadaan faktor-faktor produksi dan penyaluran produk perusahaan, terutama fasilitas untuk transportasi umum.

1. Sumber Daya Lainnya

Setiap jenis perusahaan memerlukan air, aliran listrik, dan angin, maka dari itu perusahaan perlu memperhatikan tersedianya sumber daya alam yang mencukupi.

1. Perancangan Lokasi Bisnis Busana Butik

Untuk dapat merancang lokasi bisnis butik maka harus diketahui terlebih dulu karakteristik dan bisnis proses dari butik. Bisnis proses yang ada di butik antara lain proses memproduksi suatu produk fesyen dan proses perdagangan. Namun ada juga yang sekedar proses perdagangan. Berdasarkan bisnis proses butik tersebut mala kita dapat merancang dimana lokasi yang strategis termasuk jika kita mempunyai keterbatasan-keterbatasan tertentu. Berikut beberapa alternatif pemilihan lokasi:

* 1. *Workshop* untuk produksi dan *showroom* butik dalam satu lokasi.

Untuk *workshop* dan *showroom* butik dalam satu tempat diupayakan untuk berada di jalan protokol atau jalan lain yang mempunyai tingkat kepadatan yang tinggi atau di suatu kawasan perdagangan fesyen atau di suatu kawasan/pusat perdagangan umum. Hal ini mengingat faktor kedekatan dengan pasar/konsumen menjadi faktor primer. Apabila mempunyai keterbatasan modal, maka dapat pula baik *workshop* maupun *showroom* butik ada di tempat yang kurang strategis bahkan di rumah sendiri. Masing-masing mempunyai konsekuensi sendiri-sendiri termasuk jika berlokasi ditempat kurang strategis atau di rumah sendiri.

* 1. *Workshop* untuk produksi dan *showroom* butik tidak dalam satu lokasi. Seringkali untuk mendapatkan lokasi yang strategis memerlukan biaya yang tinggi, baik untuk sewa maupun beli. Untuk sewa *showroom* dengan ukuran kecilpun jika di kawasan bisnis juga masih mahal. Apalagi sewa untuk ukuran yang cukup besar sehingga dapat digunakan sebagai *workshop* dan *showroom* akan semakin mahal. Maka solusinya adalah, memisahkan lokasi *workshop* untuk produksi dengan *showroom* butik. Pilihannya adalah lokasi *showroom* ada di kawasan bisnis, jalan protokol, atau jalan/kawasan yang mempunyai tingkat keramaian yang cukup. Sementara untuk *workshop*nya dapat di dalam perumahan, perkampungan atau bahkan di rumah sendiri. Dalam kenyataannya, beberapa desainerpun menerapkan hal ini, *showroom* di kawasan bisnis dan *workshop* ada di rumahnya.

1. **Manajemen Pemasaran Bisnis Busana Butik**
2. **Pengertian Manajemen Pemasaran**

Pemasaran merupakan pendistribusian produk kepada konsumen. Pemasaran menurut Joseph F. Hair Jr. (Suwanto dan Doni, 2012, hlm. 220), yaitu:

*Marketing is the process of planning and executing the pricing, promotion, and distributions of products, services, and ideas in order to create that satisfy both the firm and its customers.*

Kutipan diatas diartikan pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsep pemberian harga, promosi, dan pendistribusian produk, pelayanan, dan ide yang ditunjukan untuk menciptakan kepuasan di antara perusahaan dan para pelanggannya.

Manajemen pemasaran menurut Philip Kotler (Panji Anoraga, 2009, hlm. 217) adalah “Proses perencanaan dan pelaksanaan penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang, dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran perorangan dan organisasi”.

1. **Bauran Pemasaran Bisnis Busana Butik**

Bauran pemasaran (*marketing mix)* adalah variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi (Panji Anoraga, 2009, hlm. 220).

Bauran pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang saling menunjang satu sama lain. Keberhasilan perusahaan di bidang pemasaran didukung oleh keberhasilan dalam memilih produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang baik, dan promosi yang efektif. Kebijakan pemasaran yang disebut dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) tersebut adalah produk, harga, saluran distribusi, dan promosi yang harus saling mendukung untuk mencapai tujuan pemasaran, sehingga keberhasilan pemasaran diharapkan dapat memuaskan keinginan konsumen.

1. Produk

Produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan untuk mendapatkan permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan konsumen agar pemasaran produk berhasil. Produk busana butik harus mutu jahitan tinggi, ciri khas dari desain dan produk yang menjadi *image* dari busana butik pengantin muslimah.

1. Harga

Harga adalah sejumlah kompensasi yang dibutuhkan untuk mendapatkan barang atau jasa. Penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting, sehingga harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya yang telah dikeluarkan untuk produksi ditambah besarnya presentase laba yang diinginkan. Harga yang ditetapkan harus sesuai untuk golongan menengah keatas.

1. Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai pada konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ke tangan konsumen. Distributor dapat menjadi alat bagi perusahaan untuk mendapatkan umpan balik dari konsumen pasar. Penentuan jumlah distributor merupakan persoalan yang penting untuk dipertimbangkan karena apabila jumlah distributor terlalu sedikit menyebabkan penyebaran produk kurang luas, sedangkan jumlah distributor yang terlalu banyak mengakibatkan pemborosan waktu, perhatian, dan biaya.

1. Promosi

Promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang mempunyai peranan penting. Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Promosi dipandang sebagai arus informasi yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi untuk melakukan pertukaran dalam pemasaran. Kegiatan dalam promosi pada umumnya adalah periklanan, promosi penjualan, pemasaran langsung, serta publisitas.

1. **Segmentasi Pasar dan Posisi Pasar Bisnis Busana Butik**
2. Segmentasi Pasar Bisnis Busana Butik

Perusahaan harus mampu menetapkan segmen pasar yang akan dimasuki karena pasar terdiri dari berbagai macam kelompok konsumen. Segmentasi pasar menurut Kasmir (2006, hlm. 161) adalah “Membagi-bagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli berbeda yang mungkin memerlukan produk atau jasa yang berbeda pula”. Segmentasi pasar perlu dilakukan karena di dalam suatu pasar terdapat banyak konsumen yang berbeda keinginan dan kebutuhannya.

Dalam melakukan segmentasi pasar, ada beberapa variabel yang harus diperhatikan yang bertujuan agar segmentasi yang telah dilakukan tepat sasaran, menurut Philip Kotler (Kasmir, 2006, hlm. 162) variabel utama untuk melakukan segmentasi pasar konsumen adalah sebagai berikut:

1. Segmentasi berdasarkan geografis, terdiri dari bangsa, provinsi, kabupaten, dan kecamatan. Pembagian pasar berdasarkan geografis dilakukan hanya dengan melayani atau menjual produk busana muslimah hanya dijual di provinsi tertentu.
2. Segmentasi berdasarkan demografis, terdiri dari umur, jenis kelamin, agama, pendapatan, pekerjaan dan pendidikan. Pembagian pasar berdasarkan demografis hanya dengan melayani atau menjual produk busana muslimah kepada umur tertentu dan jenis kelamin.
3. Segmentasi berdasarkan psikografis, terdiri dari kelas sosial, gaya hidup, dan karakteristik kepribadian. Pembagian pasar berdasarkan psikografis dilakukan hanya dengan melayani atau menjual produk busana muslimah kepada pihak-pihak tertentu atau untuk kaum yang sering berubah gaya hidup (Sederhana, mewah, glamour)
4. Posisi Pasar Bisnis Busana Butik

Posisi pasar merupakan upaya penempatan produk yang diinginkan konsumen. Posisi pasar diusahakan di lokasi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mana yang akan dimasuki, untuk itu ditentukan pula posisi mana yang ingin ditempati dalam segmen tersebut. Penentuan posisi pasar harus dilakukan dengan pertimbangan yang matang karena kesalahan dalam menentukan posisi pasar akan berdampak buruk bagi posisi produk. Penentuan posisi pasar produk busana pengantin muslimah dilakukan berdasarkan:

1. Atribut (yaitu harga yang sesuai dengan kualitas)
2. Kesempatan penggunaan (yaitu busana pengantin untuk akad dan resepsi)
3. Kelas pengguna (pengantin wanita muslimah)
4. Kelas produk (busana pengantin muslimah *Haute Couture*)
5. **Strategi Pemasaran Bisnis Busana Butik**

Strategi pemasaran adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh perusahaan untuk mencapai standar penjualan produk. Strategi pemasaran dibagi kedalam 4 macam bentuk strategi, yaitu:

1. Strategi Produk Bisnis Busana Butik

Strategi produk busana perlu dilakukan perusahaan dalam mengembangkan produknya, yaitu menentukan logo produk, membuat merek produk, membuat kemasan produk dan lebel produk.

1. Strategi Harga Bisnis Busana Butik

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan strategi pemasaran. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan karena harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan pada konsumen. Kesalahan dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk dan berakibat tidak lakunya produk tersebut dipasar.

1. Strategi Lokasi Bisnis Busana Butik

Letak lokasi bisnis hendaknya memilih tempat yang strategis, mudah mendapatkan fasilitas transportasi, dekat dengan pasar dan belum memiliki saingan. Daerah pemilihan lokasi yang tepat dapat membantu perkembangan serta menentukan besar kecilnya harga jual.

1. Strategi Promosi Busana Butik

Promosi merupakan sarana untuk menarik dan memperhatikan konsumen. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Sarana promosi yang dapat digunakan perusahaan adalah melakukan periklanan melalui media cetak, media online dan media audio, promosi penjualan dengan pemasangan spanduk di daerah strategis dan pembagian famplet di tempat yang banyak dikunjungi oleh orang-orang dan publisitas.

1. **Pengembangan Usaha Bisnis Busana Butik**

Promosi merupakan bagaimana cara mengenalkan dan menyebarkan informasi usaha. Dengan melakukan promosi yang baik dan tepat, volume penjualan akan meningkat dan bisnis akan berkembang. Berikut beberapa faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan bisnis:

1. Kualitas Produk Busana Butik

Tinggi rendahnya mutu produk busana dapat mempengaruhi volume penjualan. Konsumen pada saat ini sudah semakin cerdas dalam membeli barang. Konsumen lebih memilih harga mahal dengan kualitas produk baik dari pada harga produk murah tetapi kualitas produk rendah.

1. Membaca Tren Pasar Busana Butik

Selera konsumen tidaklah tetap dan dapat berubah setiap saat. Apabila selera konsumen terhadap model busana berubah maka volume penjualan akan menurun. Membaca tren pasar sangat penting dalam menarik pasar untuk meningkatkan volume penjualan.

1. Pelayanan Terhadap Konsumen

Memberikan pelayanan yang baik pada konsumen merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar peningkatan volume penjualan.

1. Memperhatikan Pesaing Busana Butik

Memperhatikan pesaing adalah untuk mempelajari kelebihan dan kekurangan pesaing. Mempelajari kelebihan dan kekurangan produk pesaing diharapkan untuk mencontoh kelebihan mereka dan menghindari kekurangan yang dilakukan pesaing.

1. Menata *Showroom* Butik

Menata desain interior *showroom*, penataan koleksi busana dan aksesoris dengan baik akan menarik konsumen untuk mendatangi toko yang memungkinkan dapat meningkatkan volume penjualan.

1. **Mempromosikan Produk Busana Butik**

Promosi merupakan kegiatan mengenalkan produk barang atau jasa pada konsumen. Promosi merupakan sarana yang paling baik untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Adapun tujuan promosi selain untuk meningkatkan penjualan adalah sebagai berikut:

1. Penyampaian Informasi Busana Butik

Konsumen tidak dapat membeli produk kecuali mereka telah diberi informasi mengenai produk tersebut. Informasi dapat berupa saran kepada konsumen tentang keberadaan produk busana muslimah atau memberi tahu tentang keistimewaan.

1. Mempromosikan Produk Busana Butik

Memposisikan produk adalah proses memantapkan citra produk tertentu secara mudah ke dalam pikiran konsumen. Memposisikan produk akan mudah dilakukan apabila menarik minat pasar secara keseluruhan. Perusahaan harus mengidentifikasi segmen mana yang mungkin membeli produk tersebut dan siapa saja pesaingnya.

1. Nilai Tambah Busana Butik

Memberikan diskon, jaminan dan pelayanan pasca pembelian suatu produk merupakan nilai tambah kepada konsumen.

1. Mngendalikan Volume Penjualan Busana Butik

Meningkatkan kegiatan promosi dapat mencapai volume kegiatan penjualan yang lebih stabil.

1. **Strategi Promosi Bisnis Busana Butik**

Tujuan promosi perusahaan menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Terdapat empat macam sarana promosi yang dapat digunakan dalam membuka butik busana pengantin muslimah adalah :

1. Pemasangan Busana Butik

Iklan merupakan sarana promosi yang sering digunakan oleh perusahaan untuk menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon konsumen. Penggunaan promosi dengan iklan dapat iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, salah satunya media cetak dan audia, pada media cetak, seperti:

1. Pemasangan billboard, spanduk atau umbul-umbul di lokasi yang strategis
2. Pencetakan brosur untuk ditempel atau disebarkan di pusat perbelanjaan atau di lokasi yang strategis
3. Pemasangan iklan di majalah atau koran.

Media audio, seperti:

* + 1. Pemasangan iklan melalui media elektronik, seperti ponsel atau internet
    2. Pemasangan iklan pada situs online atau radio.

1. Promosi Penjualan Busana Butik

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah pelanggan. Promosi ini dilakukan untuk menarik pelanggan agar membeli produk ataau jasa yang ditawarkan. Promosi penjualan harus dibuat semenarik mungkin untuk memperoleh daya tarik konsumen.

Jenis-jenis promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan sangat beragam, tergantung dari situasi dn kondisi konsumen. Adapun jenis promosi penjualan yang dapat dilakukan dalam membuka butik busana muslimah adalah:

1. Pemberian harga khusus atau potongan harga produk busana
2. Pemberian undian kepada setiap pelanggan yang membeli dalam jumlah tertentu
3. Pemberian cinderamata pada konsumen
4. Publisitas Busana Butik

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk menarik konsumen melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya.

1. **Hasil Belajar Manajemen Bisnis Busana Butik**

Keberhasilan suatu proses pembelajaran dapat dilihat dari perubahan pengetahuan mahasiswa yang lebih baik. Hasil belajar menurut Mulyasa (2009, hlm. 212), yaitu “Hasil belajar merupakan prestasi peserta didik secara keseluruhan yang menjadi indikator kompetensi dasar dan derajat perubahan perilaku yang bersangkutan”. Perubahan sebagai hasil belajar ditunjukan dalam bentuk seperti pengetahuan, pemahaman, sikap, tingkah laku dan keterampilan kecakapan. Hasil belajar akan terlihat setelah adanya penilaian mahasiswa sebagai upaya mengukur kemampuan sejauh mana mahasiswa dapat memahami materi yang disampaikan.

Hasil belajar pembelajaran Manajemen Bisnis Busana Butik dapat diidentifikasi melalui kemampuan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Busana paket pilihan butik PKK FPTK UPI dalam menguasai pengetahuan secara teori yang mencakup konsep manajemen bisnis busana butik, etika bisnis, strategi bisnis busana butik, manajemen produk dan operasi serta pemasaran bisnis busana butik.

1. **Kesiapan Membuka Butik Busana Pengantin Muslimah**
2. **Konsep Kesiapan**

Kesiapan dalam melakukan suatu pekerjaan sangat penting karena dengan memiliki kesiapan semua pekerjaan dapat teratasi dan dikerjakan dengan hasil yang baik. Kesiapan adalah “Keseluruhan kondisi seseorang yang membuatnya siap memberi respon/ jawabanj di dalam cara tertentu terhadap suatu situasi” (Slameto, 2003, hlm. 113).

Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian kesiapan merupakan kondisi seseorang untuk siap memulai sebuah kegiatan dengan memenuhi persyaratan tertentu agar mampu memecahkan masalah yang dihadapi, terlebih apabila kegiatan tersebut adalah usaha baru atau membuka usaha.

1. **Aspek-aspek Kesiapan**

Kesiapan merupakan kapasitas kemampuan yang potensial fisik dan mental, disertai keterampilan yang dimiliki dan latar belakang untuk mengerjakan sesuatu. Aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kesiapan menurut Slameto (2003, hlm. 115) adalah:

* 1. Kematangan

Kematangan adalah proses yang menimbulkan perubahan tingkah laku sebagai akibat dari pertumbuhan dan perkembangan. Kematangan berkaitan dengan perubahan tingkah laku mahasiswa yang akan membuka usana bisnis butik busana pengantin muslimah harus memiliki persiapan matang berkaitan dengan sikap dan mental sebagai wirausaha.

* 1. Kecerdasan

Kecerdasan berkaitan erat dengan pemahaman mahasiswa terhadap materi-materi yang telah diberikan dalam pembelajaran manajemen bisnis busana butik sebagai bekal untuk membuka bisnis butik busana pengantin muslimah. Mahasiswa harus memahami pengetahauan yang didapat dari pembelajaran manajemen bisnis busana butik dan harus mampu mengembangkan pengetahuannya untuk dapat menentukan strategi yang tepat, target konsumen, dan harga jual.

* 1. Keterampilan

Keterampilan merupakan kemampuan yang dimiliki individu untuk dapat dikembangkan dan menghasilkan suatu kreativitas. Keterampilan yang harus dimiliki mahasiswa untuk membuka usaha bisnis butik busana pengantin muslimah adlah harus mampu mengeluarkan karya busana yang beragam dan mempunyai sesuatu yang menjadi ciri khas.

* 1. Motivasi

Motivasi merupakan dorongan kuat dari dalam atau luar individu yang berpengaruh pada setiap usaha dan kegiatan seseorang untuk memperoleh tujuan yang diharapkan. Mahasiswa harus memiliki motivasi yang tinggi untuk membuka bisnis butik busana pengantin muslimah agar dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal.

* 1. Kesehatan

Kesehatan sangat menunjang individu dalam melakukan suatu kegiatan. Individu akan memperoleh hasil yang maksimal apabila menjaga kesehatannya dengan baik, jika kesehatannya terganggu akan mempengaruhi aktivitas dalam mengerjakan suatu pekerjaan sehingga akan berdampak buruk pada proses selanjutnya. Kesehatan bekaitan dengan kondisi tubuh yang memungkinkan untuk menjalankan bisnis butik busana pengantin muslimah. Apabila kesehatan mahasiswa terganggu maka akan mempengaruhi jalannya membuka butik busana pengantin muslimah.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kesiapan mahasiswa tidak muncul dengan sendirinya. Mahasiswa dalam menghadapi kesiapan harus memiliki kematangan, kecerdasan, keterampilan, motivasi dan kesehatan yang dimiliki mahasiswa dalam pelaksanaan membuka butik busana pengantin muslimah agar tidak mendapatkan hambatan yang akan mengganggu aktivitas jalannya usaha.

1. **Membuka Usaha**

Menurut W.J.S. Poerwadarminta (2008, hlm. 1538) “Usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud; pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, dan upaya) untuk mencapai sesuatu”. Membuka usaha merupakan kegiatan dengan mengarahkan tenaga, pikiran dan badan untuk mencapai suatu maksud yaitu keuntungan yang sebesar-besarnya. Faktor-faktor yang perlu dipersiapkan dalam membuka bisnis butik busana pengantin muslimah adalah:

1. **Desainer Busana**

Desainer busana adalah seseorang yang merancang busana. Biasanya desainer busana dalam membuka usaha bisnis butik busana pengantin muslimah adalah *owner* atau pemilik butik itu sendiri, tugas desainer bukan hanya merancang tetapi juga harus memiliki pengetahuan barang tekstil dan barang lain yang berhubungan dengan busana butik juga memiliki wawasan luas di bidang *fashion* dan memiliki ide untuk model-model busana yang akan dipasarkan.

1. **Memilih Nama dan Logo Busana Butik**

Nama dan logo memiliki karakter yang akan menunjang keberhasilan bisnis. Memilih nama bukan hal yang sederhana tetapi juga bukan hal yang sulit, banyak pengusaha memilih menggunakan nama mereka sekaligus dengan logo wajah mereka untuk menghindari pemalsuan dan klaim dari orang lain. Canon dan Wichert (Buchari Alma, 2009, hlm. 221-222) menyatakan ciri-ciri merek yang baik, yaitu:

1. *Short* (pendek)
2. *Simple* (sederhana)
3. *Easy to spell* (mudah dieja)
4. *Easy to remember* (mudah diingat)
5. *Pleasing when read* (enak dibaca)
6. *Does not go out of date* (tidak ketinggalan zaman)
7. Ada hubungan dengan barang dagangan

Selain membuat nama usaha atau merek, logo usaha pun dibutuhkan sebagai identitas usaha yang disajikan berupa grafis yang memiliki nilai seni dan diharapkan dapat lebih menarik perhatian konsumen.

1. **Ciri Khas Produk Busana Pengantin Muslimah**

Ciri khas merupakan kekhususan atau keistimewaan. Adapun ciri khas pada busana pengantin muslimah yang akan diproduksi adalah:

1. Desain Busana

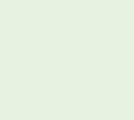
Busana pengantin muslimah yang akan diproduksi dirancang dengan desain busana yang mengikuti syari’at Islam tetapi tetap memiliki keindahan yang berkesan elegan, sederhana dan ekslusif.

1. Pemilihan Bahan

Pemilihan bahan untuk busana pengantin muslimah terdiri dari bahan yang lembut, tipis tetapi tidak tembus pandang dan ada pula yang bertekstur. Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan busana pengantin muslimah ini yaitu diantaranya *roberto cavali*, *channel*, *tulle*, *organza*, taveta *bridal* dan *lace*

1. Pemilihan Warna

Pemilihan warna pada busana pengantin muslimah menggunakan warna-warna lembut yang memberikan kesan anggun, elegan dan feminim seperti warna putih dan warna-warna pastel seperti *pink peach, baby blue, mint, lavender* dan lain sebagainya. Warna busana juga dapat disesuaikan dengan tema atau dekorasi pernikahan.



Gambar 2.1

Warna

(Sumber : dokumen penulis Mei 2015)

1. Hiasan

Hiasan busana berfungsi untuk memperindah dan mempertinggi mutu busana tersebut. Pemilihan dan penempatan hiasan yang tepat dapat membuat model-model busana pengantin sederhana terlihat lebih menarik. Salah satu hiasan yang dapat digunakan pada busana pengantin muslimah adalah *swarovski* dan permata.



Gambar 2.2

*Swarovski* dan permata

(Sumber : Dokumen Penulis Mei 2015)

1. **Memilih Lokasi Busana Butik**
2. Lokasi *Showroom* Butik

*Showroom* merupakan salah satu pemasaran yang menentukan karena produk busana dipamerkan di *showroom* dan aktivitas transaksi berada di *showroom*. Display *showroom* harus dibuat semenarik mungkin untuk menarik pelanggan dan memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Letak *showroom* hendaknya memilih tempat-tempat yang strategis, mudah dijangkau, dan belum memiliki saingan. Daerah pemilihan lokasi yang tepat dapat membantu perkembangan serta menentukan besar kecilnya harga jual.



Gambar 2.3

*Showroom*

(Sumber : www.giltcity.com 2015)

1. Lokasi *Workshop* Butik

*Workshop* adalah tempat memproduksi busana mulai dari pembuatan desain busana, pembuatan pola, pemotongan kain, penjahitan, sampai penyelesaian akhir. Untuk menentukan lokasi *workshop* yang perlu diperhatikan adalah:

1. Dekat dengan sumber material
2. Dekat dengan pasar
3. Mudah mendapat tenaga kerja
4. Mudah fasilitas transportasi



Gambar 2.4

*Workshop*

(Sumber : www.tillyandthebuttons.com Oktober 2014)

1. **Modal Bisnis Busana Butik**

Modal yang dibutuhkan pada membuka butik busana pengantin muslimah dapat berupa uang dan peralatan. Pada membuka bisnis busana butik biasanya merupakan usaha perseorangan yang sumber modalnya dari pemilik sendiri dan apabila diperlukan dana tambahan dapat meminjam di lembaga keuangan. Modal dalam membuka butik busana terdiri dari:

1. Modal Tetap, yaitu modal terdiri dari alat-alat produksi yang tahan lama dan tidak habis terpakai selama proses produksi atau habis secara berangsur-angsur termasuk didalamnya modal dalam bentuk uang.
2. Modal Kerja, yaitu modal yang digunakan sekali dipergunakan dalam proses produksi misalnya bahan baku dan bahan pelengkap.
3. **Peralatan Bisnis Busana Butik**

Membuka usaha butik selain diperlukan sarana tempat (bangunan) juga diperlukan peralatan yang mndukung jalannya usaha. Peralatan yang diperlukan dalam usaha butik adalah:

1. Alat produksi, seperti meja potong, mesin jahit, mesin obras, border, dan neci, mesin lubang kancing dan peralatan menjahit.
2. Alat penjualan, seperti etalase untuk busana, etalase untuk perlengkapan busana, paspop, *cover dress*, *mannequin* dan *hanger* (gantungan baju).
3. Cermin, setrika, setrika uap dan *dressing room*.
4. **Penentuan Harga Jual Bisnis Busana Butik**

Menentukan harga jual harus memperhatikan harga pokok dan menempatkan keuntungan yang diharapkan, seperti yang dikemukakan Rulanti Satyodirgo (Mally & Pipin, 2014, hlm. 84) untuk menentukan harga pokok adalah sebagai berikut: “Harga pokok = harga bahan baku + harga bahan tambahan + biaya langsung + biaya listrik”.

Keterangan:

1. Biaya langsung dihitungkan dari : Upah pekerja per satu busana yang dijahit + biaya pengemasan + biaya transportasi + pajak + biaya lain-lain + biaya penyusutan
2. Biaya penyusutan bahan, mesin dan alat diambil 5% dari harga baku
3. Biaya transportasi diambil 2% dari harga baku
4. Pajak 2% dari harga baku
5. Biaya lain-lain diambil 2% dari harga bahan baku
6. Biaya penyusutan diambil 2% dari harga bahan baku
7. Biaya listrik dihitung 2% dari (harga bahan baku + harga bahan tambahan + biaya langsung)
8. **Pelayanan Jasa Busana Butik**

Pelayanan jasa pembuatan busana pada usaha butik dilakukan untuk perorangan karena busana yang diproduksi pada usaha butik tidak diproduksi secara masal tetapi satu desain untuk satu busana. Dalam melayani pembuatan busana seorang pengelola usaha harus memberikan pelayanan yang baik yaitu dengan menghasilkan jahitan yang berkualitas dan bermutu tinggi dilihat dari jenis kain, bahan pelengkap, teknik jahit dan teknik penyelesaian busana itu sendiri. Pelayanan jasa dapat berupa pembuatan busana, dapat juga melayani konsumen yang ingin berkonsultasi tentang mode busana yang sedang trend saat ini.

1. **Strategi Pengembangan Usaha Bisnis Busana Butik**

Strategi yang dilakukan untuk pengembangan usaha dalam membuka usaha bisnis butik busana pengantin muslimah adalah ekspansi. Langkah yang dilakukan yaitu dengan memperhatikan dan meningkatkan mutu hasil jahitan untuk menghasilkan produk busana yang bekualitas tinggi, memberikan pelayanan yang baik dan ramah, menyelesaikan pesanan tepat waktu, memperhatikan saingan jika ditempat usaha ada yang sejenis, seorang pengelola usaha harus tanggap dengan situasi tersebut. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pelayanan yang sangat memuaskan kepada konsumen, mengadakan promosi melalui brosur dan penambahan modal melalui pinjaman dari pihak lain untuk mengembangkan usaha.

1. **Pengorganisasian Bisnis Busana Butik**

Jenis usaha butik biasanya menggunakan organisasi garis, karena jumlah personalia tidak terlalu banyak yaitu meliputi bagian keuangan, bagian pembelian, bagian penjualan, bagian produksi.

**STRUKTUR ORGANISASI BUTIK**

Bagan 2.2Struktur Organisasi Butik

Sumber: Mally & Pipin (2014:87)

1. Pemilik, bertanggung jawab atas kelancaran dan kemajuan bisnis, menentukan kebijaksanaan dan merumuskan tujuan bisnis butik busana pengantin muslimah.
2. Manajer, bertugas merumuskan apa yang harus dicapai oleh setiap karyawan dan apa yang akan dicapai oleh perusahaan, menyusun jadwal harian, mingguan atau bulanan untuk setiap karyawan, mengendalikan dan mengawasi seluruh kegiatan.
3. Bagian Keuangan, bertugas mengatur keuangan dan mencatat pemasukan dan pengeluaran keuangan perusahaan.
4. Bagian Pembelian, bertugas mencatat pembelian sesuai prosedur yang telah ditetapkan dan melakukan administrasi pembelian.
5. Bagian Produksi, bertugas membuat pola, memotong kain dan menjahit busana, termasuk di dalamnya perancang atau desainer. Desainer harus mampu mendesain busana butik, aksesoris dan milineris.
6. Bagian Penjualan, bertugas melaksanakan penjualan hasil produksi sesuai dengan politik dari perusahaan, mengatur penempatan busana, menata display dan menginventaris barang-barang di toko dan mencatat hasil penjualan.
7. **Pengawasan Bisnis Busana Butik**

Pengawasan merupakan kegiatan pimpinan usaha agar pekerjaan-pekerjaan mendesain, membuat pola, memotong kain dan menjahit dapat terlaksana sesuai dengan rencana yang telah ditentukan untuk mencapai hasil yang dikehendaki. Pengawasan dilakukan dari mulai pekerjaan awal, proses, sampai dengan hasil kegiatan, hasil dari pengawasan dapat dijadikan masukan untuk perbaikan perencanaan dan proses kegiatan untuk meningkatkan kualitas busana.

1. **Pelaksanaan Pengelolaan Bisnis Busana Butik**
2. Pembuatan Desain

Desain busana menurut Arifah A. Riyanto (2003, hlm. 1), yaitu:

Desain busana yaitu rancangan model busana yang berupa gambar dengan mempergunakan unsur garis, bentuk, siluet (*silhoutte*), ukuran, tekstur yang dapat diwujudkan menjadi busana.

Penjelasan dari pengertian desain busana tersebut, dapat diartikan sebagai proses pembuatan desain busana dalam bentuk gambar desain busana yang dapat diwujudkan dalam bentuk busana jadi, gambaran tersebut terdiri dari semua unsur desain busana yang lengkap mulai dari bentuk luar busana, bahan busana, warna yang diinginkan, serta untuk situasi apa busana tersebut dipergunakan.

1. Pembelian Bahan Busana Butik

Pembelian bahan pada bisnis busana butik terdiri dari bahan pokok dan bahan tambahan. Bahan pokok pada bisnis busana butik yaitu kain yang digunakan untuk pembuatan busana, sedangkan bahan tambahan meliputi macam-macam keperluan jahit-menjahit, seperti benang, tutup tarik atau resleting, kain keras, dan berbagai macam kancing. Pembelian bahan ini dilakukan setelah pembuatan desain busana, pembuatan pola, dan merancang bahan dan harga. Penyediaan bahan ini disdiakan langsung dari butik atau dari konsumen yang memesan pembuatan busana. Penggunaan bahan pada bisnis busana butik menggunakan bahan yang berkualitas tinggi dilihat dari jenis kain dan motifnya, sehingga pembelian bahan pada bisnis busana butik bekerja sama dengan perusahaan tekstil atau di desain khusus oleh desainer butik.

1. Sistem Kerja Bisnis Busana Butik

Pada bisnis busana butik cara yang paling sesuai yaitu dengan memilih sistem kerja satuan artinya setiap orang mengerjakan satu busana sampai selesai. Sistem ini dipilih karena pada busana butik dituntut kehalusan dan ketelitian kerja sehingga menghasilkan busana yanag bermutu tinggi, serta jahitan yang rapi. Langkah kerja proses produksi pada bisnis busana butik meliputi pengambilan ukuran, pembuatan pola busana, memotong bahan dan pengepasan.

1. Penilaian Hasil Usaha Busana Butik

Penilaian bertujuan untuk mengukur keberhasilan suatu usaha butik yang dijalankan agar kegiatan dilakukan sesuai rencana yang telah ditetapkan. Untuk menjaga kelangsungan usaha dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Mempertahankan dan meningkatkan mutu produk dengan mengawasi proses pembuatan secara teliti dan rapi sebelum produk dipasarkan.
2. Memberi pelayanan kepada konsumen secara cepat dan tepat.
3. Mengadakan promosi dan mengikuti pameran atau belajar
4. **Pemasaran Bisnis Busana Butik**

Pemasaran merupakan usaha untuk memnuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui penciptaan suatu produk, baik barang atau jasa yang kemudian dibeli oleh konsumen melalui suatu pertukaran.

Pemasaran barang-barang produksi sangat penting bagi keberlangsungan proses produksi. Proses pembuatan suatu barang akan berhenti bila barang-barang yang diproduksi tidak laku. Penguasaan pasar dalam arti menyebar luaskan hasil produksi agar sampai kepada konsumen merupakan faktor yang menentukan dalam pemasaran. Pemasaran dapat dikuasai dengan cara melakukan bebarapa strategi sebagai berikut:

1. Membangun citra produk busana. Menjaga kualitas dan harga barang harus sesuai dengan selera dan kemampuan konsumen. Barang yang berkualitas rendah dengan harga yang mahal tidak akan laku dijual, tetapi sebaliknya barang yang berkualitas tinggi dengan harga yang relatif murah akan menarik pembeli sehingga dapat menguasai pasar.
2. Menentukan target market merupakan hal yang penting dalam hal memasarkan produk, karena target market dapat menyesuaikan kualitas barang dan harga yang sesuai dengan market/ konsumen.
3. Pemasaran produk busana dapat dilakukan melalui media adversiting, misalnya dengan memasang pamplet, iklan di majalah atau poster.
4. Pengawasan dan penilaian hasil usaha. Pengawasan adalah hal yang mutlak diperlukan dalam perusahaan untuk mencegah kemungkinan terjadinya penyimpangan. Pengawasan dalam membuka butik busana pengantin muslimah memerlukan rencana yaitu rencana dengan standar yang tepat. Rencana standar yang tepat tersebut perlu dibandingkan untuk mengetahui apakah telah ada penyimpangan atau tidak. Apabila terdapat perbedaan yang jauh, perlu diperhatikan dan diteliti penyebabnya.
5. **Bisnis Butik Busana Pengantin Muslimah**
6. **Bisnis Butik**

Bisnis menurut Hughes dan Kapoor (Buchari Alma, 2001, hlm. 21) adalah “*Business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy society’s needs*”. Kutipan tersebut mengindikasikan bahwa bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Brown dan Petrello (Buchari Alma, 2001, hlm. 21) menyatakan bahwa “Bisnis adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat”. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka bisnis pun akan meningkat perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Tujuan kegiatan bisnis adalah memperoleh keuntungan, sehingga individu atau suatu perusahaan berani memikul resiko menanam modal dalam kegiatan bisnis.

Butik menurut Rulanti Satyodirgo (Mally M & Pipin, 2010. Hlm. 77) yaitu “Butik adalah toko busana yang menjual busana berkualitas tinggi dan menyediakan bahan-bahan yang halus bermutu tinggi dan mutakhir serta pelengkap busana”, sementara menurut Arifah A. Riyanto (2003, hlm. 120) “Butik adalah suatu usaha pembuatan busana dengan jahitan kualitas tinggi dengan penjualan pelengkap busananya”.

Penjelasan di atas memberikan gambaran bahwa manajemen bisnis butik adalah salah satu jenis usaha bidang busana yang memberikan pelayanan jasa dan produk kepada konsumen berupa pesanan pembuatan busana dan penjualan busana yang sudah jadi dengan model khusus dan istimewa, dikatakan khusus dan istimewa karena model busana yang dijual di usaha butik, didesain khusus oleh desainer, tidak diproduksi secara masal dan model yang dibuat tidak ada dipasaran dengan kualitas jahitan yang bermutu tinggi. Pengerjaan busana lebih banyak menggunakan tangan karena menuntut kerapihan dan jenis kain yang digunakan pada usaha butik biasanya didesain khusus oleh desainer atau khusus disediakan oleh usaha butik mulai dari pemilihan warna, motif dan tekstur.

Pada usaha butik selain memproduksi dan menjual busana yang sudah jadi juga menyesuaikan bahan pelengkap busana yang terdiri dari aksesoris dan milineris yang disesuaikan dengan model busana. Sistem kerja pada usaha butik biasanya menggunakan sistem kerja satuan, yaitu setiap pengerjaan pembuatan busana dilakukan oleh satu orang, karena harus dikerjakan seteliti mungkin sesuai dengan tuntutan kualitas, sehingga pengerjaan pembuatan busana dapat memakan waktu lama.

Butik sebagai usaha busana yang berkualitas mempunyai karakter tersendiri, berikut ciri-ciri usaha butik adalah:

1. Busana yang dihasilkan butik adalah busana yang berkualitas mempunyai kualitas tinggi baik dari segi bahan, teknik jahit dan hasil ahir yang dilakukan dengan sesempurna mungkin.
2. Model busana yang dihasilkan tidak ada dipasaran bebas, kecuali di toko yang khusus menjual busana kualitas tinggi dan busana tersebut tidak diproduksi secara masal.
3. Butik juga menyediakan pelengkap busana. Berupa macam-macam perhiasan, sepatu, sandal, ikat pinggang, selendang atau scraf, bermacam-macam tas dengan hiasannya, kerudung dan bermacam-macam hiasan rambut.

Usahan butik berdasarkan jenisnya terdiri dari butik busana anak dan butik busana dewasa. Jenis busana dewasa terutama busana muslimah paling banyak mengalami perubahan dengan tempo yang cepat, hal tersebut berdampak pada industri busana dan produsen busana muslim untuk mengeluarkan karya yang semakin beragam.

1. **Busana Pengantin Muslimah**

Busana muslimah merupakan busana yang sesuai dengan ajaran islam dan pengguna tersebut mencerminkan seorang muslimah yang taat atas ajaran agamanya dalam tata cara berbusana. Allah swt berfirman dalam Al-Qur’an Surat Al-Ahzab ayat 59 yang artinya “Hai Nabi, katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anakmu, anak-anak perempuanmu, dan istri-istri orang mukmin, hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal karena itu mereka tidak diganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.

Busana muslimah adalah busana longgar yang menutupi seluruh tubuh kecuali wajah dan telapak tangan. Busana muslimah merupakan realisasi melaksanakan kewajiban sebagai seorang yang taat pada ajaran agama dan perintah Allah swt. Menurut W.J.S. Poerwadarminta (2008) “Pengantin adalah orang yang sedang melangsungkan pernikahan”. Dapat diartikan busana pengantin muslimah adalah busana yang menutupi seluruh tubuh kecuali wajah dan telapak tangan yang digunakan oleh seorang wanita muslimah yang sedang melangsungkan pernikahan. Adapun tujuan dari berbusana muslimah, yaitu:

1. Beribadah kepada Allah swt (Q. S. Al-A’raaf ayat 31)
2. Menutup aurat (Q. S. Al-A’raaf ayat 26)
3. Menghindari godaan setan (Q. S. Al-A’raaf ayat 27)
4. Dikenal sebagai muslimah dan terhindar dari gangguan (Q. S. Al-Ahzab ayat 59)

Allah swt telah memberikan aturan yang jelas mengenai aturan atau syarat busana untuk wanita muslimah, yaitu busana wanita harus menutupi aurat, busana tidak menampakkan bentuk tubuh, busana tidak termasuk busana syurhah (bermegah-megah, busana tidak menggunakan warna dan motif mencolok dan busana tidak boleh terdapat gambar makhluk bernyawa (manusia dan hewan). Aturan atau syarat yang dibuat oleh Allah swt semata-mata untuk menjaga harkat, martabat dan kesucian seorang wanita muslimah, dan ditetapkan oleh Rasulullah saw yang menyayangi ummatnya terlebih bagi kaum wanita. Adapun syarat dan ketentuan busana muslimah yaitu:

1. Pakaian wanita harus menutupi seluruh tubuh kecuali wajah dan telapak tangan.
2. Bukan pakaian untuk berhias seperti yang banyak dihiasi dengan gambar bunga apalagi yang warna-warni, atau disertai gambar makhluk bernyawa, apalagi gambarnya lambang partai politik.
3. Pakaian tersebut tidak tipis dan tidak tembus pandang yang dapat menampakkan bentuk lekuk tubuh
4. Tidak diberi wewangian atau parfum
5. Tidak boleh menyerupai pakaian pria atau pakaian non muslim
6. Bukan pakaian untuk mencari ketenaran atau popularitas (baca: pakaian syuhroh).
7. Pakaian tersebut terbebas dari salib
8. Pakaian tersebut tidak terdapat gambar makhluk bernyawa (manusia dan hewan).
9. Pakaian tersebut berasal dari bahan yang suci dan halal
10. Pakaian tersebut bukan pakaian kesombongan
11. Pakaian tersebut bukan pakaian pemborosan
12. Bukan pakaian yang mencocoki pakaian ahlu bid’ah. Seperti mengharuskan memakai pakaian hitam ketika mendapat musibah.

Pernikahan adalah sesuatu yang sangat diinginkan bagi setiap pasangan di dunia. Pernikahan merupakan momen yang diharapkan hanya terjadi sekali seumur hidup dan menjadi momen penuh kesan yang tidak terlupakan. Sehingga dalam persiapannya calon pengantin akan mempersiapkan sedemikian rupa dengan sangat matang dan rela menghabiskan waktu, biaya, serta tenaga demi mewujudkan pernikahan impiannya. Pernikahan yang berjalan khidmat dan sakral merupakan dambaan setiap pasangan, tak terkecuali bagi mereka para kaum muslim. Selain acara akad nikah dan resepsi, banyak poin-poin penting yang perlu diperhatikan oleh para calon mempelai, khususnya dalam pemilihan gaun pengantin.

Gaun pengantin dapat menjadi faktor utama dalam menentukan suaana pernikahan. Pemilihan gaun yang tepat dapat meninggalkan kesan yang positif dan sulit dilupakan bagi para tamu undangan dan tentu saja untuk kedua mempelai. Bagi calon mempelai yang beragama islam, khususnya para wanita, sangat penting untuk memilih gaun pengantin yang sesuai dengan aspek dan ketentuan moral dalam agama. Pada dasarnya, pernikahan yang diharapkan dapat menghasilkan kesan yang baik tidaklah harus dilakukan dengan konsep yang mewah. Karena dalam islam sendiri, kemewahan bukanlah syarat utama dalam sahnya sebuah pernikahan. Sehingga dalam pemilihan busana yang akan digunakan haruslah disesuaikan dengan ketentuan dalam agama islam.

Pada dasarnya, memilih busana pengantin muslimah yang sesuai dengan syariat tidaklah begitu sulit. Ada begitu banyak ragam gaun pengantin yang bisa didapatkan terutama di Indonesia yang menjadi *trendsetter* busana muslimah dunia. Selain aspek syar’i yang menjadi fokus utama, sebaiknya pilih pula busana pengantin muslimah yang nyaman untuk dikenakan saat acara pernikahan. Beragamnya model busana pengantin muslimah saat ini dan cara pemakaian jilbab yang bervariasi memang banyak menuai pro dan kontra pada sebagian kalangan, hal ini menjadikan tugas para produsen busana dalam mengeluarkan karya busana pengantin muslimah yang tidak hanya memperhatikan model tetapi juga harus memperhatikan syarat-syarat yang memenuhi aturan sesuai dengan syariat Islam.

1. **Busana Pengantin Muslimah Untuk Berbagai Kesempatan**
2. Busana Pengantin Muslimah kesempatan Akad Nikah

Akad dalam kamus besar bahasa Indonesia yaitu “perjanjian”, sedangkan akad nikah menurut W.J.S. Poerwadarminta (2008, hlm. 24) yaitu “Pelaksanaan nikah dengan ijab dan kabul”. Perayaan pernikahan atau yang dalam islam disebut walimah merupakan suatu *event* yang cukup sakral dalam hidup. Oleh karena itu, persiapan pernikahan islam pun tidak boleh dilakukan secara sembarangan. Salah satu hal yang penting untuk dipersiapkan sebelum pesta pernikahan yang islami adalah memilih gaun pengantin. Tentunya sebagai mempelai wanita harus memakai hijab untuk menutup aurat. Seperti menurut laman siapmenikah.com, kebaya maupun gaun pengantin bergaya modern yang islami adalah busana yang panjang hingga menutuppi kaki dan berlengan panjang.

Selain kedua persyaratan tersebut, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam memilih busana pengantin yang islami: Seperti dikutip dari laman bajupengantin.com, busana pengantin muslimah apapun modelnya, tidak boleh menampakkan lekuk tubuh. Oleh keran itu, pilihlah busana pengantin yang longgar di badan dan terbuat dari kain yang tidak mengikuti bentuk tubuh. Kedua, busana pengantin bukanlah pakaian yang bertujuan untuk mengharap pujian. Hal ini tidak berarti bahwa wanita muslimah tidak diperkenankan untuk memakai busana pengantin yang baru atau bagus. Sah-sah saja pengantin muslimah memakai pakaian yang bagus dan megah untuk mempercantik diri selama tidak ada tujuan mengharap pujian. Adapun karakteristik busana pengantin muslimah yaitu dapat menggunakan konsep desain modern atau semi modern, pemilihan bahan yang digunakan yaitu kain *velvet*, *taveta bridal*, *sutera*, *chanel, roberto cavali*, *tulle* dan *lace*. Berikut adalah contoh busana pengantin muslimah untuk kesempatan akad nikah:

Gambar 2.5

Busana Akad Nikah Pengantin Muslimah

(Sumber : Dokumentasi Penulis Mei 2014)

1. Busana Pengantin Muslimah kesempatan Resepsi Pernikahan

Resepsi menurut W.J.S. Poerwadarminta (2008, hlm. 1168) adalah “pertemuan (perjamuan) resmi yang diadakan untuk menerima tamu”, sedangkan pernikahan menurut W.J.S. Poerwadarminta (2008, hlm. 1045) adalah “acara sakral (upacara nikah)”. Dari kedua pengertian di atas maka resepsi pernikahan adalah perjamuan resmi yang diadakan untuk menerima tamu dalam upacara nikah. Busana pengantin muslimah yang nyaman untuk dikenakan adalah busana yang memiliki bahan ringan dan desain yang tidak terlalu ketat. Hal ini bertujuan agar sang mempelai wanita tidak merasa tersiksa saat berdiri di pelaminan dalam waktu yang cukup lama.

Saat ini, tren dari busana pengantin muslimah lebih condong kepada desai ‘*western romantis*’, sebuah konsep busana yang sangat menonjolkan aspek modernitas. Model gaun seperti ini menawarkan kesan budaya barat yang romantis, namun tidak berlebihan. Gaun pengantin seperti ini memiliki ciri khas dengan corak emas dan menghasilkan efek kilau. Selain itu, kesan pernikahan yang modern bisa juga didapatkan melalui busana pengantin dengan tambahan *ruffle*. Busana pengantin seperti ini akan memberikan kesan yang eleggan, namun tetap terlihat sederhana. Begitu juga dalam pemilihan warna, kesan pernikahan yang mewah bisa didapatkan dengan memilih gaun pengantin dengan warna yang cerah. Warna yang cerah adalah sebuah penggambaran dari mempelai yang bahagia dalam pernikahan.

Untuk penggunaan jilbab, sebaiknya kenakan jilbab yang mudah pemakaiannya dan tidak berat, mengingat mempelai wanita akan berdiri di pelaminan dalam waktu yang lama. Untuk semakin menambah kesan modern, jilbab dapat dihiasi dengan tambahan aksesoris seperti mutiara ataupun kristal dan permata *swarovski*, namun jangan terlalu berlebihan.

Gambar 2.6

Busana Resepsi Pengantin Muslimah

(Sumber : Dokumentasi Penulis 2015)

1. **Pertanyaan Penelitian**
2. Bagaimana manfaat hasil belajar manajemen bisnis busana butik ditinjau dari konsep manajemen bisnis busana butik sebagai kesiapan membuka usaha bisnis butik busana pengantin muslimah.
3. Bagaimana manfaat hasil belajar manajemen bisnis busana butik ditinjau dari etika bisnis sebagai kesiapan membuka usaha bisnis butik busana pengantin muslimah.
4. Bagaimana manfaat hasil belajar manajemen bisnis busana butik ditinjau dari strategi bisnis sebagai kesiapan membuka usaha bisnis butik busana pengantin muslimah.
5. Bagaimana manfaat hasil belajar manajemen bisnis busana butik ditinjau dari manajemen sumber daya manusia sebagai kesiapan membuka usaha bisnis butik busana pengantin muslimah.
6. Bagaimana manfaat hasil belajar manajemen bisnis busana butik ditinjau dari manajemen produksi dan operasi dan pemasaran bisnis busana butik sebagai kesiapan membuka usaha bisnis butik busana pengantin muslimah.