

MANFAAT HASIL BELAJAR *FASHION MERCHANDISING* SEBAGAI KESIAPAN MENJADI PENGELOLA BISNIS *FASHION* DI *DEPARTMENT STORE*

Ema Wijayanti, Winwin Wiana

Program Studi Pendidikan Tata Busana

Departemen PKK FPTK UPI

Jl. Dr. Setiabudhi 207 Bandung 40154

emotylicious@yahoo.com, bahana_jingga@yahoo.com

Abstrak: Penelitian ini membahas manfaat hasil belajar *fashion merchandising* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*. Tujuan penelitian ini untuk memperoleh data mengenai manfaat hasil belajar *fashion merchandising* ditinjau dari konsep dasar, penguasaan *job description*, penguasaan keterampilan *fashion merchandising*, dan penguasaan perencanaan *fashion merchandising*. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan alat pengumpul data berupa angket. Sampel penelitian adalah mahasiswa Program Studi Kriya Tekstil & Mode Universitas Telkom Bandung berjumlah 30 orang dan sampel yang digunakan yaitu sampel purposive. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada umumnya lebih dari setengahnya responden menyatakan terdapat manfaat hasil belajar *fashion merchandising* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*, ditinjau dari konsep dasar, penguasaan *job description fashion merchandiser*, penguasaan materi mengenai *fashion merchandiser*, dan penguasaan dalam perencanaan *fashion merchandising*. Simpulan dari hasil penelitian adalah peserta didik sudah optimal dalam memanfaatkan hasil belajar, karena pada umumnya sudah mencapai lebih dari setengahnya peserta didik menguasai kompetensi dalam mata kuliah *fashion merchandising*.

Kata Kunci: *pengelola bisnis fashion, fashion merchandising, department store.*

Busana merupakan kebutuhan mendasar bagi setiap manusia, dalam hal ini manusia merasakan pentingnya suatu kebutuhan serta aspek kenyamanan yang dirasakan saat mengenakan suatu busana. Sejalan dengan bergeraknya masa yang berperan dalam membentuk parameter baru terhadap eksistensi suatu busana, konsep suatu busana seakan-akan berevolusi sejalan dengan perkembangan zaman yang diikutinya. Busana atau yang lebih dikenal dengan kata *fashion* yang merupakan kata yang sangat populer dikalangan masyarakat Indonesia dan dunia, dalam perkembangannya menjadi sangat penting, sehingga dapat mengubah kebutuhan menjadi tuntutan untuk hidup berbudaya dan berubah mengikuti zamannya. Munculnya perilaku simbolik hingga menimbulkan hasrat untuk dapat cepat menyesuaikan diri dan menjadi berbeda dengan orang lain adalah salah satu ketertarikan manusia terhadap *fashion*.

Perkembangan suatu tren *fashion* tentu berkaitan erat dengan gaya hidup, oleh karena itu *fashion* selalu mencoba relevan dengan suasana kekiniannya. *Trend fashion* bergantung pada selera dan fenomena perkembangan zaman yang pada akhirnya menjelma menjadi sebuah komoditi. Sebagai komoditas, *fashion* memberikan keuntungan yang sangat baik terhadap pola

perdagangan produk *fashion* bagi masyarakat luas, sekaligus memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk bereksplorasi dalam bidang ini sebagai lahan usahanya.

Para pelaku profesi di bidang *fashion* pun harus siap dengan rencana pemerintah untuk mengeksplorasi *fashion* sebagai komoditi berkaitan dengan regulasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang memasukkan *fashion* sebagai bagian dari 15 industri kreatif di Indonesia, oleh karena itu industri kreatif di bidang *fashion* makin menunjukkan perkembangannya. Pertokoan yang menyediakan produk *fashion* pun semakin banyak, termasuk *department store* yang menjual berbagai macam kebutuhan *fashion* baik aksesoris maupun milineris yang sedang tren.

Sebuah *department store* dalam menjalankan mekanisme bisnisnya membutuhkan seorang pengelola bisnis *fashion* untuk mengerjakan beberapa tugas yang berkaitan dengan produk *fashion* yang akan dijual secara berkala dan terencana. Pengelola bisnis *fashion* di *department store* adalah seseorang yang mengelola dan menangani barang-barang yang berhubungan dengan produk *fashion* pada suatu *department store*.

Dalam menghadapi pasar global, sikap dan pola pikir pengelola bisnis *fashion* sebagai pelaku utama dalam menyediakan komoditas busana untuk masyarakat luas, harus mengikuti perkembangan dalam menciptakan inovasi-inovasi baru untuk mengantisipasi kedinamisan pasar. Kemampuan untuk melakukan upaya yang penuh inovasi merupakan cara sebuah *department store* agar dapat bertahan hidup dan berkembang dalam persaingan usaha yang semakin mengglobal. Setiap usaha *department store* dapat tetap berjalan dan berhasil dengan baik apabila dalam programnya selalu berorientasi untuk mengadakan produk-produk baru secara terus menerus pada setiap masa perjalanannya.

Namun yang paling penting adalah bahwa produk-produk tersebut harus dapat menarik perhatian konsumen untuk menggunakannya, karena apabila produk tersebut tidak berhasil menguasai pasar atau tidak dibeli masyarakat, maka dampak terhadap *department store* pun akan sangat besar, khususnya berkaitan dengan jam kerja, investasi, serta berbagai macam biaya operasional lainnya pada saat produk tersebut dipasarkan. Para pengelola *department store* harus memiliki kepekaan yang tinggi terhadap produk *fashion*, agar dapat memberikan titik temu antara permintaan pasar (masyarakat/konsumen) dengan produk (perusahaan/industri) yang dihasilkannya.

Seorang pengelola bisnis *fashion* pada sebuah *department store* harus mengerti benar mengenai pemasaran produk, pandai memprediksi dan membaca tren *fashion* yang sesuai

dengan target pasar dan pelanggan untuk membantu menentukan produk *fashion* yang harus dibeli untuk dijual di *department store*. Selain itu keahlian dalam melakukan *branding* antara produk yang dijual di *department store* satu dengan *department store* yang lainnya juga sangat diperlukan.

Dari pernyataan deskripsi kerja di atas dapat dianalogikan bahwa, pengelola bisnis *fashion* mempunyai peran yang cukup besar pada mekanisme bisnis di sebuah *department store*. Oleh karena itu menjadi seorang pengelola bisnis *fashion* di *department store* juga harus memiliki pengetahuan mendasar seperti *merchandise*, *fashion trend*, *branding* dalam produk, dan strategi pemasaran *fashion* yang dapat diperoleh dalam mata kuliah *Fashion Merchandising*. Mata kuliah ini termasuk pada salah satu program mata kuliah di Universitas Telkom Bandung. Universitas Telkom sebagai lembaga pendidikan formal yang di dalamnya terdapat Prodi Kriya Tekstil dan Mode membekali mahasiswanya dengan pengetahuan, wawasan, juga keterampilan melalui program-program perkuliahan yang harus ditempuh oleh mahasiswanya.

Mata kuliah *fashion merchandising* merupakan salah satu mata kuliah yang wajib diikuti oleh seluruh mahasiswa program studi Kriya Tekstil dan Mode yang diselenggarakan pada semester 5 dengan bobot 3 SKS. Tujuan mata kuliah *fashion merchandising* sebagaimana dideskripsikan pada kompetensi mata kuliah Universitas Telkom adalah agar mahasiswa mampu mengkomunikasikan dan mengaplikasikan prinsip-prinsip perancangan kriya tekstil dan mode dalam industri kreatif, mampu mengidentifikasi dan menganalisa kebutuhan dan atau keinginan konsumen, dan dapat menguasai teknik pemasaran.

Mahasiswa yang telah mengikuti perkuliahan ini dengan sungguh-sungguh akan memiliki perubahan perilaku akibat belajar yang dinamakan dengan hasil belajar. Seperti yang dikemukakan oleh Purwanto (2011:46), bahwa:

Hasil belajar perubahan perilaku tersebut disebabkan karena ia mencapai penguasaan atas sejumlah bahan yang diberikan dalam proses belajar mengajar, dan hasil belajar tersebut dapat berupa perubahan dalam aspek kognitif, afektif dan psikomotorik.

Hasil belajar *fashion merchandising* diorientasikan untuk membekali mahasiswa salah satunya adalah sebagai kesiapan untuk memasuki dunia kerja khususnya untuk menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*. Kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store* berupa penguasaan pengetahuan, sikap, dan keterampilan tentang pengelolaan bisnis *fashion* diharapkan dapat diakomodasi oleh mata kuliah *fashion merchandising*, karena kemampuan untuk menjadi pengelola bisnis *fashion* selain diperoleh

dari hasil belajar juga harus ditunjang oleh kesiapan, baik kesiapan fisik, mental, maupun bekal ilmu pengetahuan mengenai dunia *fashion*. Seperti yang dikemukakan oleh W.S. Winkel (2005:287) bahwa:

“Kesiapan mencakup kemampuan untuk menempatkan dirinya dalam keadaan akan memulai suatu gerakan atau rangkaian gerakan, kemampuan ini dinyatakan dalam bentuk kesiapan jasmani dan mental.”

Seorang siswa yang belum siap untuk melaksanakan suatu tugas dalam belajar akan mengalami kesulitan untuk menguasai kemampuan yang diharapkan. Kesiapan dengan kata lain merupakan kematangan dan pertumbuhan fisik, intelegensi, latar belakang, pengalaman, hasil belajar yang lalu dan faktor-faktor lain yang memungkinkan seseorang belajar.

Pemikiran yang telah diuraikan pada latar belakang di atas, penulis jadikan sebagai dasar pemikiran untuk mengadakan penelitian mengenai manfaat hasil belajar *fashion merchandising* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh data mengenai manfaat hasil belajar *fashion merchandising* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store* yaitu:

1. Manfaat hasil belajar ditinjau dari kemampuan pemahaman konsep dasar *fashion merchandising* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*.
2. Manfaat hasil belajar ditinjau dari kemampuan penguasaan *job description fashion merchandiser* yaitu *apparel merchandising*, *merchandise planner*, *fashion buyer*, *merchandise managing*, dan *retail merchandising planner* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*.
3. Manfaat hasil belajar ditinjau dari penguasaan materi *fashion merchandising* mengenai *fashion trend*, *fashion communication* dan *fashion marketing* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*.
4. Manfaat hasil belajar ditinjau dari kemampuan keterampilan dalam perencanaan *fashion merchandising* meliputi perencanaan *merchandise*, *assortment planning*, pembelian, *record keeping*, dan evaluasi *merchandising* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*.

METODE

Lokasi penelitian adalah Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi, Terusan Buah Batu Bandung 40257. Telp: (022) 88884024/25/26/27, fax: (022) 8888 4028, Email info: tcis@telkomuniversity.ac.id Website: tcis.telkomuniversity.ac.id.

Sampel yang digunakan yaitu sampel purposive dengan jumlah 30 orang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yang memusatkan perhatian kepada masalah-masalah aktual yang memberikan gambaran secara umum mengenai suatu masalah, sejalan yang dipaparkan oleh Nana Sudjana (2010:64):

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang. Dengan perkataan lain, penelitian deskriptif, mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian dilaksanakan.

Metode deskriptif pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai bagaimana manfaat hasil belajar *fashion merchandising* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store* di Universitas Telkom Bandung.

Penelitian ini membahas mengenai manfaat hasil belajar *fashion merchandising* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*, yang didukung dengan kegiatan mulai dari pengumpulan, penyusunan, dan penjelasan data yang diperoleh dari responden yang telah mengisi angket.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuisioner (angket). Angket dalam penelitian ini dibuat untuk mendapatkan data dari responden dengan mengajukan beberapa pernyataan untuk mengetahui manfaat hasil belajar *fashion merchandising* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store* pada mahasiswa angkatan 2011 Program Studi Kriya Tekstil dan Mode mengenai *fashion merchandising* di Universitas Telkom Bandung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian Mengenai Manfaat Hasil Belajar *Fashion Merchandising* Ditinjau dari Konsep Dasar *Fashion Merchandising* sebagai Kesiapan menjadi Pengelola Bisnis *Fashion* di *Department Store*.

Berdasarkan analisis terhadap data dari hasil belajar konsep dasar *fashion merchandising*, peserta didik memahami bagaimana cara melakukan aktivitas yang terkait dengan pengadaan produk pada sebuah *fashion store* hingga produk tersebut sampai ke tangan konsumen. Konsep dasar *fashion merchandising* membekali peserta didik dengan pengetahuan fungsi *fashion merchandising* dan keterampilan apa saja yang diperlukan dalam proses *merchandising*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lebih dari setengahnya (70%) responden menyatakan mendapatkan manfaat yang cukup besar dari hasil belajar *fashion merchandising* ditinjau dari pemahaman *teori fashion merchandising* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*. Kurang dari setengahnya (40%) merupakan presentase yang paling kecil yaitu pengetahuan *fungsi fashion merchandising* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*

Temuan ini juga menunjukkan bahwa masih ada peserta didik yang belum mencapai kemampuan yang maksimal dalam memahami konsep dasar *fashion merchandising*. Kondisi tersebut dapat terjadi salah satunya dikarenakan faktor sumber belajar. Berdasarkan wawancara dan pengamatan penulis selama kegiatan penelitian, sumber pembelajaran berupa buku yang menunjang proses belajar *fashion merchandising* masih terbatas. Buku sumber tersedia satu buku untuk satu judul di perpustakaan Universitas Telkom. Kurangnya fasilitas berupa bahan ajar dapat berpengaruh pada ketidak tercapaiannya tujuan pembelajaran *fashion merchandising*. Seperti yang dikemukakan oleh Sudrajat (2008) bahwa “Sumber belajar harus dapat mendukung proses dan pencapaian tujuan belajar, sehingga dapat membangkitkan motivasi dan minat belajar siswa”.

2. Hasil Penelitian mengenai Manfaat Hasil Belajar *Fashion Merchandising* Ditinjau dari Penguasaan *Job Description Fashion Merchandiser* yaitu *Apparel Merchandising, Merchandise Planner, Fashion Buyer, Merchandise Managing, dan Retail Merchandising Planner* sebagai Kesiapan menjadi Pengelola Bisnis *Fashion* di *Department Store*.

Berdasarkan analisis terhadap data dari hasil belajar penguasaan *job description fashion merchandiser*, peserta didik mampu melakukan berbagai macam aspek yang terkait dengan pelaksanaan aktivitas *merchandising*. Penguasaan *job description* ini membekali peserta didik dengan kemampuan untuk menyediakan produk-produk baru secara berkala untuk mendapatkan profit, kemampuan dalam melakukan *apparel merchandising*, *merchandise planner*, *fashion buyer*, *merchandise managing*, dan *retail merchandising planner*.

Data visual dari hasil penelitian menunjukkan bahwa lebih dari setengahnya (53.3%) responden berpendapat telah mendapatkan manfaat hasil belajar *fashion merchandising* ditinjau dari penguasaan *job description fashion merchandiser*. Manfaat yang sangat dirasakan oleh peserta didik adalah manfaat kemampuan *apparel merchandising* dan kemampuan untuk melakukan *merchandise planner* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*. Kurang dari setengahnya (43.3%) merupakan presentase dengan angka yang paling kecil yaitu pengetahuan *job description fashion merchandising* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*.

Temuan penelitian ini menggambarkan bahwa umumnya peserta didik yang menguasai *job description fashion merchandiser* hanya mencapai lebih dari setengah. Kurangnya penguasaan kompetensi tersebut dapat disebabkan dari kurangnya repetisi oleh peserta didik. Slameto (2010:28) mengemukakan bahwa “Syarat keberhasilan belajar adalah repetisi yaitu proses belajar perlu ulangan berkali-kali agar pengertian/keterampilan/sikap itu mendalam pada siswa”. Berdasarkan pernyataan tersebut repetisi dapat menumbuhkan pembiasaan pada mahasiswa. Jika pembiasaan tersebut dilakukan secara intensif dan berulang-ulang maka secara bertahap akan meningkat pula tingkat penguasaan *job description fashion merchandiser* oleh peserta didik. Pendapat tersebut didukung oleh pernyataan Winarno (1994:106) bahwa “...untuk memperoleh suatu ketangkasan atau keterampilan biasanya diperlukan latihan berkali-kali atau terus menerus terhadap apa yang dipelajari”.

3. Hasil Penelitian mengenai Manfaat Hasil Belajar *Fashion Merchandising* Ditinjau Dari Penguasaan Materi *Fashion Merchandising* Mengenai *Fashion Trend*, *Fashion Communication* dan *Fashion Marketing* Sebagai Kesiapan Menjadi Pengelola Bisnis *Fashion* di *Department Store*.

Berdasarkan analisis terhadap data dari hasil belajar penguasaan keterampilan *fashion merchandising* mengenai *fashion trend*, *fashion communication* dan *fashion marketing*, peserta didik terampil dalam memperkirakan *trend mode*, *branding* produk dan melakukan berbagai macam aktivitas yang terkait dengan *marketing* suatu produk pada *department store*. Penguasaan keterampilan ini membekali peserta didik dengan bagaimana cara memprediksi *fashion trend*, membaca *fashion trend*, menganalisis citra/*image* suatu produk, memilih *brand* yang kompeten untuk disediakan pada *department store*, menganalisis produk pesaing, dan melakukan strategi pemasaran.

Data visual dari hasil penelitian menunjukkan bahwa lebih dari setengah (70%) responden berpendapat telah mendapatkan manfaat hasil belajar *fashion merchandising* ditinjau dari penguasaan keterampilan *fashion merchandising* mengenai *fashion trend*, *fashion communication* dan *fashion marketing* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*. Manfaat yang sangat dirasakan oleh peserta didik adalah manfaat keterampilan dalam menganalisis produk pesaing sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*. Kurang dari setengahnya (43.3%) merupakan presentase yang paling kecil pada grafik di atas, yaitu kemampuan dalam *fashion communication* dan strategi pemasaran sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*.

Temuan penelitian ini menggambarkan salah satu materi dari penguasaan keterampilan *fashion merchandising* mengenai *fashion trend*, *fashion communication* dan *fashion marketing* pada penguasaan *fashion merchandising* sangat dikuasai oleh peserta didik, yaitu menganalisis produk pesaing. Peserta didik mengetahui dan memahami manfaat penguasaan keterampilan *fashion merchandising* menunjukkan bahwa peserta didik mempunyai semangat yang tinggi dalam menyerap pengetahuan mengenai materi tersebut, yang disampaikan oleh dosen mata kuliahnya.

Motivasi responden dimungkinkan mempengaruhi keberhasilan proses belajar dalam menganalisis produk pesaing karena pada umumnya mereka dapat menerima pelajaran dengan mudah dan lebih cepat karena daya pikir mereka yang lebih tinggi. Pemberian motivasi dari luar misalnya dari dosen atau orang tua sangat diperlukan untuk membantu mencapai tujuan pembelajaran sebagaimana pendapat Wina Sanjaya (2007:158), bahwa “Motivasi adalah perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan timbulnya perasaan dan reaksi untuk mencapai tujuan.” Motivasi juga terlihat dari dalam diri mahasiswa yang ditunjukkan dari tujuan mahasiswa memilih Program Studi Kriya Tekstil dan Mode yaitu ingin membuka

usaha di bidang tekstil dan mode. Motivasi yang terdapat dalam diri mahasiswa akan dapat menjadi landasan yang kuat untuk mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu ingin membuka usaha di bidang tekstil dan mode.

4. Hasil Penelitian mengenai Manfaat Hasil Belajar *Fashion Merchandising* Ditinjau dari Penguasaan Keterampilan dalam Perencanaan *Fashion Merchandising* meliputi Perencanaan *Merchandise*, Pembelian, *Record Keeping*, dan Evaluasi *Merchandising* Sebagai Kesiapan Menjadi Pengelola Bisnis *Fashion* di *Department Store*.

Berdasarkan analisis terhadap data dari hasil belajar penguasaan keterampilan perencanaan *fashion merchandising* yaitu peserta didik terampil dalam menerapkan berbagai macam aspek yang terkait dengan perencanaan *fashion merchandising* seperti perencanaan *merchandise*, pembelian, *record keeping*, dan evaluasi *merchandising*. Penguasaan keterampilan ini membekali peserta didik dengan kemampuan dalam menentukan anggaran yang dibutuhkan selama proses *merchandising* berlangsung, membuat perencanaan pembelian, melakukan *fashion trip*, pemesanan *merchandise*, dan mengevaluasi kegiatan *merchandising*.

Data visual dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar (76.7%) responden menyatakan mendapatkan manfaat hasil belajar *fashion merchandising* ditinjau dari penguasaan keterampilan dalam perencanaan *fashion merchandising* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*. Manfaat yang dapat dirasakan oleh peserta didik adalah kemampuan dalam melaksanakan perencanaan *fashion merchandising*. Kurang dari setengahnya (46.7%) merupakan presentase yang paling kecil pada grafik di atas, yaitu menyusun rencana pada proses perencanaan *merchandising* dan proses pembelian *merchandise*.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa pada umumnya peserta didik sudah mencapai kemampuan yang hampir maksimal dalam memahami penguasaan keterampilan perencanaan *fashion merchandising*. Kondisi tersebut dapat terjadi karena latar belakang peserta didik masuk di Universitas Telkom lebih dari setengahnya adalah keinginan sendiri sehingga dapat menumbuhkan minat peserta didik, sebagaimana pendapat Slameto (2010:180) bahwa, “Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.” Minat yang besar dapat menjadi dorongan untuk peserta didik lebih giat mengikuti mata kuliah *fashion merchandising* serta ketekunan dalam mengerjakan setiap tugas yang diberikan.

SIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini disusun berdasarkan tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, pengolahan data, dan pembahasan hasil penelitian yang dipaparkan sebagai berikut:

1. Manfaat hasil belajar *fashion merchandising* ditinjau dari konsep dasar *fashion merchandising* menunjukkan bahwa pada umumnya lebih dari setengah responden menyatakan terdapat manfaat dari hasil belajar tersebut sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*. Manfaat yang sangat dirasakan oleh peserta didik adalah manfaat pemahaman *teori fashion merchandising* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*.
2. Manfaat hasil belajar *fashion merchandising* ditinjau dari penguasaan *job description fashion merchandiser* menunjukkan bahwa pada umumnya lebih dari setengah responden menyatakan terdapat manfaat dari hasil belajar tersebut sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*. Manfaat yang sangat dirasakan oleh peserta didik adalah manfaat kemampuan *apparel merchandising* dan kemampuan untuk melakukan *merchandise planner* sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*.
3. Manfaat hasil belajar *fashion merchandising* ditinjau dari penguasaan materi *fashion merchandising* mengenai *fashion trend*, *fashion communication* dan *fashion marketing* menunjukkan bahwa pada umumnya lebih dari setengah responden menyatakan terdapat manfaat dari hasil belajar tersebut sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*. Manfaat yang sangat dirasakan oleh peserta didik adalah manfaat untuk dapat melakukan strategi pemasaran sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*.
4. Manfaat hasil belajar *fashion merchandising* ditinjau dari penguasaan keterampilan dalam perencanaan *fashion merchandising* menunjukkan bahwa pada umumnya sebagian besar responden menyatakan terdapat manfaat dari hasil belajar tersebut sebagai kesiapan menjadi pengelola bisnis *fashion* di *department store*. Manfaat yang sangat dirasakan oleh peserta didik adalah manfaat kemampuan dalam menentukan anggaran pada proses perencanaan *fashion merchandising*.

DAFTAR PUSTAKA

Purwanto. (2011). *Evaluasi Hasil Belajar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sanjaya W. (2007). *Strategi Pembelajaran*. Jakarta: Prenada Media Grup.

Sudjana, N. (2012). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya Edisi Revisi Cetakan 5*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sudjana, N. (2012). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Surakhmad, W. (1990). *Pengantar Psikologi dan Proses Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sudrajat, A. (2008). *Sumber Belajar untuk Mengefektifkan Pembelajaran Siswa*. [Online]. Tersedia: <http://akhmadsudrajat.wordpress.com/2008/04/15/sumber-belajar-untuk-mengefektifkan-pembelajaran-siswa/>.

Winkel. W.S. (2005). *Psikologi Pengajaran*. Yogyakarta: Media Abadi