

Analisis Kesiapan Karir Mahasiswa Diploma Tata Busana Dalam Persaingan Bisnis Era Digital

Sri Zulfia Novrita¹, Giatman², Nurhasan Syah³

sriznovrita@fpp.unp.ac.id¹, giatman@ft.unp.ac.id², nurhasan@ft.unp.ac.id³

^{1,2,3}Universitas Negeri Padang

Informasi Artikel

Diterima : 18 Jun 2024

Direvisi : 19 Jul 2024

Disetujui : 25 Jul 2024

Kata Kunci

Kesiapan Karir, Literasi Digital, Adaptabilitas Teknologi, Pengalaman Praktis, Keterampilan Bisnis Modern

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kesiapan karir mahasiswa Diploma 3 Tata Busana Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang dalam menghadapi tantangan bisnis digital. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan mengumpulkan data sebanyak 172 dari total populasi mahasiswa yang aktif secara akademik pada tahun 2024. Teknik sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Indikator yang diukur meliputi kesiapan literasi digital, kesiapan adaptabilitas teknologi, kesiapan pengalaman praktis, dan kesiapan keterampilan bisnis modern. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesiapan literasi digital yang dimiliki mahasiswa berkategori sangat rendah dengan skor 46%, kesiapan adaptabilitas teknologi 60%, kesiapan adanya pengalaman praktis 64%, dan kesiapan pemahaman yang sangat rendah terhadap keterampilan bisnis modern 43%. Temuan ini mengindikasikan adanya kesenjangan yang signifikan antara pelatihan akademis dan persyaratan industri saat ini, yang menghambat mahasiswa dalam beradaptasi dengan cepat terhadap teknologi baru dan mengelola bisnis fashion secara efektif di era digital.

Keywords

Career Readiness; Digital Literacy; Technological Adaptability; Practical Experience; Modern Business Skills

Abstract

This study aims to measure the career readiness of Diploma in Couture students at the Faculty of Tourism and Hospitality, Padang State University in facing digital business challenges. This research uses a survey method by collecting data from 172 of the total population of students who are academically active in 2024. The sample technique used was purposive sampling. The indicators measured include digital literacy readiness, technology adaptability readiness, practical experience readiness, and modern business skills readiness. The results showed that students' digital literacy readiness was categorized as very low with a score of 46%, technological adaptability readiness was 60%, readiness due to practical experience was 64%, and readiness for a very low understanding of modern business skills was 43%. These findings indicate a significant gap between academic training and current industry requirements, which hinders students from adapting quickly to new technologies and managing fashion businesses effectively in the digital age.

A. Pendahuluan

Perkembangan era digital telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis dan industri. Sektor tata busana tidak terkecuali, di mana inovasi teknologi dan digitalisasi telah mempengaruhi cara produksi, distribusi, hingga pemasaran produk. Bisnis di era digital menuntut keterampilan dan pengetahuan yang berbeda dibandingkan dengan era sebelumnya. Era digital telah merevolusi industri fesyen, mengubah proses produksi, saluran distribusi, dan strategi pemasaran secara signifikan. Para profesional di bidang fesyen kini dituntut memiliki literasi digital, kemampuan beradaptasi terhadap kemajuan teknologi, dan ketajaman bisnis agar tetap kompetitif [1]. Untuk dapat bersaing dan berkembang dalam industri yang semakin kompetitif ini, para profesional di bidang tata busana perlu memiliki kesiapan karir yang tinggi, yang mencakup pemahaman tentang teknologi digital, kemampuan beradaptasi dengan perubahan, serta keterampilan bisnis yang relevan. Untuk berkembang di pasar digital yang berkembang pesat, para profesional bidang tata busana harus memupuk kesiapan karir tingkat tinggi. Hal ini tidak hanya mencakup pemahaman tentang alat dan platform digital tetapi juga kemampuan untuk menavigasi dan memanfaatkan teknologi ini secara efektif dalam konteks bisnis [2] [3] [4].

Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa banyak mahasiswa Diploma Tata Busana masih belum memiliki kesiapan yang memadai untuk menghadapi tantangan bisnis di era digital. Berdasarkan berbagai pengamatan langsung yang peneliti lakukan, terdapat beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya kesiapan karir mahasiswa diploma tata busana. Pertama, kurikulum pendidikan di banyak institusi masih cenderung konvensional dan belum sepenuhnya mengintegrasikan teknologi digital dan keterampilan bisnis modern [5]. Banyak institusi pendidikan yang masih mengikuti kurikulum tradisional yang tidak sepenuhnya menggabungkan teknologi digital dan keterampilan bisnis modern, sehingga menyebabkan kesenjangan antara pelatihan akademis dan persyaratan industri [6]. Kedua, kurangnya akses dan paparan terhadap teknologi terbaru membuat mahasiswa kurang familiar dengan alat dan platform digital yang kini menjadi standar industri. Terbatasnya paparan terhadap kemajuan teknologi terkini mengakibatkan mahasiswa tidak terbiasa dengan alat dan platform digital yang kini menjadi standar industri, sehingga menghambat kesiapan karir mereka” [7]. Ketiga, pengalaman praktis yang minim dalam konteks bisnis digital juga menjadi penghambat utama, di mana mahasiswa tidak mendapatkan cukup kesempatan untuk mengaplikasikan pengetahuan mereka dalam situasi nyata. Kurangnya pengalaman praktis dalam konteks bisnis digital merupakan hambatan yang signifikan, karena mahasiswa tidak menerima cukup kesempatan untuk menerapkan pengetahuan mereka dalam situasi dunia nyata, yang mana hal ini sangat penting untuk mengembangkan keterampilan praktis [8].

Selain itu, industri tata busana sendiri mengalami transformasi yang cepat. Pergeseran dari toko fisik ke *e-commerce*, penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran utama, serta pengaruh tren global yang bergerak cepat menuntut adaptasi yang cepat dan efektif [9] [10]. Mahasiswa yang tidak siap menghadapi perubahan ini akan kesulitan untuk bersaing dan memanfaatkan peluang yang ada [11]. Mereka juga perlu mengembangkan soft skills seperti kreativitas, kemampuan berkomunikasi, dan pemecahan masalah, yang semuanya sangat

penting dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan terus berubah [12]. Soft skill seperti kreativitas, komunikasi, dan pemecahan masalah sangat penting untuk sukses dalam lingkungan bisnis industri fashion yang dinamis dan terus berkembang [13] [14]. Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa banyak mahasiswa masih kurang terampil dalam menggunakan platform e-commerce dan media sosial untuk pemasaran produk mereka. Mereka juga sering kali merasa kesulitan mengikuti tren global yang terus berubah cepat. Selain itu, mahasiswa juga perlu mengembangkan soft skills seperti kreativitas, kemampuan berkomunikasi, dan pemecahan masalah, yang semuanya sangat penting dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan terus berubah. Lebih jauh, isu rendahnya kesiapan karir ini bukan hanya berdampak pada individu mahasiswa, tetapi juga pada perkembangan industri tata busana secara keseluruhan. Ketika lulusan tidak siap untuk langsung terjun ke dunia kerja dan menghadapi tantangan digital, industri kehilangan potensi inovasi dan kreativitas yang seharusnya bisa dimaksimalkan. Ini juga berdampak pada daya saing industri di pasar global, di mana teknologi dan digitalisasi menjadi kunci sukses.

Indikator untuk menilai kesiapan kerja mahasiswa diploma tata busana dalam menghadapi tantangan bisnis digital. Literasi digital merupakan aspek penting yang harus dikuasai oleh para mahasiswa, karena literasi digital sangat penting bagi para profesional busana karena memungkinkan mereka menggunakan alat dan platform digital secara efektif dalam pekerjaan mereka [15]. Indikator ini meliputi kemampuan menggunakan alat dan platform digital, yang dapat diukur melalui pertanyaan seperti: seberapa baik seseorang memahami penggunaan alat dan platform digital dalam konteks industri fashion, rasa kepercayaan diri saat menggunakan software desain digital, intensitas penggunaan platform e-commerce untuk berlatih menjual produk, kenyamanan seseorang dengan penggunaan media sosial untuk pemasaran produk fashion dan apakah seseorang berkeinginan dan pernah mengikuti pelatihan atau kursus tambahan terkait literasi digital [16]. selain itu, adaptabilitas teknologi juga menjadi kunci keberhasilan di industri yang terus berkembang ini, sebagaimana dinyatakan bahwa [17]. Indikator ini mencakup kemampuan beradaptasi dengan perubahan teknologi, yang dapat diukur melalui pertanyaan tentang seberapa cepat seseorang dapat mempelajari teknologi baru yang digunakan dalam industri fashion, menilai kemampuan seseorang untuk beradaptasi dengan perangkat lunak atau aplikasi baru, sikap terhadap perubahan teknologi di tempat kerja, sikap seseorang dalam memperbarui pengetahuan tentang teknologi terbaru dalam bidang fashion busana serta rasa merasa nyaman bekerja dengan berbagai jenis perangkat teknologi yang dimiliki seseorang. Pemahaman tentang praktik dan strategi bisnis modern juga sangat penting, karena memahami praktik dan strategi bisnis modern sangat penting untuk kesiapan karir di era digital [18]. Indikator ini mencakup pemahaman tentang praktik dan strategi bisnis modern, yang dapat dievaluasi melalui pertanyaan: Seberapa baik seseorang memahami konsep dasar e-commerce, familiaritas dengan strategi pemasaran digital yang efektif, seberapa sering seseorang mengikuti perkembangan terbaru dalam praktik bisnis modern, tingkat seseorang dalam mengetahui cara mengelola bisnis fashion secara online, dan seberapa nyaman seseorang memahami dan menerapkan manajemen inventaris digital dalam kesehariannya [19].

Pengalaman praktis dalam konteks bisnis nyata sangat mendukung kesiapan karir mahasiswa, sebagaimana disebutkan bahwa pengalaman langsung dalam konteks bisnis dunia nyata meningkatkan keterampilan praktis dan kesiapan siswa untuk memasuki dunia kerja [20]. Indikator ini meliputi pengalaman langsung dalam konteks bisnis nyata, yang dapat diukur melalui pertanyaan seberapa sering seseorang terlibat dalam proyek bisnis nyata selama masa studinya, seberapa tingkat pengalaman magang di industri tata busana seorang mahasiswa, seberapa banyak kesempatan yang didapatkan untuk menerapkan teori dalam praktik bisnis digital selama ini di kampus, apakah seseorang merasa pengalaman praktis yang dimilikinya cukup untuk memulai karir di bidang tata busana, dan seberapa sering mahasiswa berpartisipasi dalam kegiatan bisnis simulasional di kampus. Pengembangan soft skills seperti kreativitas, komunikasi, dan pemecahan masalah sangat krusial [21]. Indikator ini meliputi kemampuan *soft skills*, yang dapat dievaluasi melalui pertanyaan tentang seberapa baik mahasiswa dalam mengembangkan ide-ide kreatif untuk produk tata busana, seberapa efektif mahasiswa dalam berkomunikasi dengan tim dan klien, kemampuan mahasiswa dalam menemukan solusi inovatif untuk masalah yang dihadapi dalam pekerjaannya, seberapa baik seorang mahasiswa saat bekerja dalam tim untuk mencapai tujuan bersama, dan seberapa sering seorang mahasiswa terlibat dalam meningkatkan meningkatkan soft skillsnya [22] [23]. Dengan menggunakan indikator-indikator ini, institusi pendidikan dapat merancang program yang lebih efektif untuk meningkatkan kesiapan karir mahasiswa diploma tata busana, memastikan mereka siap menghadapi tantangan bisnis digital dan berkontribusi secara signifikan dalam industri tata busana. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi dan mengembangkan strategi pendidikan yang lebih relevan dan komprehensif. Ini mencakup penyesuaian kurikulum untuk mengintegrasikan teknologi digital, peningkatan akses terhadap alat dan platform digital, serta penambahan program magang dan proyek kolaboratif dengan industri. Dengan demikian, diharapkan mahasiswa diploma tata busana dapat lebih siap menghadapi tantangan bisnis di era digital dan berkontribusi secara signifikan dalam memajukan industri tata busana. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kesiapan karir seorang mahasiswa diploma Tata Busana dalam menghadapi persaingan bisnis era digital.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kesiapan karir mahasiswa diploma tata busana dalam menghadapi tantangan bisnis digital. Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Padang Fakultas Pariwisata dan Perhotelan dengan sampel mahasiswa program studi D3 Tata Busana yang berjumlah 172 orang. Teknik sampel adalah total sampling dari semua mahasiswa terdaftar pada prodi D3 Tata Busana angkatan 2022-2023. Instrumen penelitian yang digunakan adalah angket yang disusun berdasarkan indikator-indikator kesiapan karir. Angket ini terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang menggali lima aspek utama: literasi digital, adaptabilitas teknologi, keterampilan bisnis modern, dan pengalaman praktis. Setiap indikator diukur melalui beberapa item pertanyaan yang dijawab oleh responden menggunakan skala Likert. Prosedur

pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket kepada sampel mahasiswa yang dipilih secara acak. Jumlah sampel ditentukan dengan mempertimbangkan populasi mahasiswa D3 Tata Busana di Universitas Negeri Padang yang masih aktif pada tahun ajaran 2023/2024 teknik sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Data yang diperoleh dari angket kemudian diolah dan dianalisis menggunakan teknik deskripsi dengan rumus persentase untuk menginterpretasikan hasil. Rumus persentase yang digunakan dalam analisis data adalah sebagai berikut:

$$P = \left(\frac{f}{N} \right) \times 100\%$$

Di mana: P adalah persentase jawaban responden.

f adalah frekuensi jawaban untuk setiap kategori pada item pertanyaan.

N adalah jumlah total responden.

Hasil analisis data akan disajikan dalam bentuk tabel dan grafik untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai tingkat kesiapan karir mahasiswa Diploma Tata Busana dalam menghadapi tantangan bisnis digital. Data ini akan digunakan untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan serta merancang program pengembangan yang lebih efektif. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kesiapan karir mahasiswa dan mendukung perkembangan industri tata busana di era digital.

C. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian untuk mendeskripsikan kesiapan karir mahasiswa Diploma 3 Tata Busana Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang dalam menghadapi tantangan bisnis era digital dijelaskan masing-masing pada Tabel berikut. Penelitian mengemukakan ada 4 indikator yang menjadi pengukur kesiapan karir ini, berikut hasil penelitian.

a. Kesiapan Literasi Digital

Tabel 1. Hasil Analisis pada Kesiapan Literasi Digital

No.	Deskripsi	N	f	%
1	Pemahaman penggunaan alat dan platform digital dalam konteks industri fashion	172	85	49
2	Kepercayaan diri menggunakan software desain digital seperti Adobe Illustrator atau CorelDRAW	172	75	44
3	Frekuensi penggunaan e-commerce untuk berlatih menjual produk fashion	172	55	32
4	Kenyamanan dengan penggunaan media sosial untuk pemasaran produk fashion	172	90	52
5	Partisipasi dalam pelatihan atau kursus tambahan terkait literasi digital	172	73	42
6	Frekuensi penggunaan aplikasi manajemen inventaris digital	172	107	62
7	Kemampuan menggunakan alat analitik untuk mengukur efektivitas kampanye pemasaran digital	172	89	52
8	Akses dan pengelolaan platform e-learning untuk	172	78	45

	meningkatkan keterampilan			
9	Penggunaan software ERP (Enterprise Resource Planning) untuk mengelola operasional bisnis	172	42	24
10	Kemampuan membuat dan mengelola konten digital (seperti video atau blog) untuk promosi produk busana	172	89	52
	Rata-rata	172	46	

Hasil ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Diploma Tata Busana masih menghadapi banyak tantangan dalam menguasai literasi digital yang diperlukan untuk sukses di industri fashion modern. Terbatasnya paparan terhadap kemajuan teknologi terkini mengakibatkan siswa tidak terbiasa dengan alat dan platform digital yang kini menjadi standar industri, sehingga menghambat kesiapan karir mereka [24]. Kurangnya keterampilan ini dapat menghambat mereka dalam beradaptasi dengan cepat terhadap teknologi baru yang terus berkembang di industri tata busana. Selain itu, rendahnya partisipasi dalam pelatihan atau kursus tambahan terkait literasi digital menunjukkan bahwa mahasiswa belum mendapatkan cukup dukungan atau kesempatan untuk meningkatkan keterampilan digital mereka. Banyak institusi pendidikan masih mengikuti kurikulum tradisional yang tidak sepenuhnya menggabungkan teknologi digital dan keterampilan bisnis modern, sehingga menyebabkan kesenjangan antara pelatihan akademis dan persyaratan industri [25]. Untuk meningkatkan kesiapan karir mahasiswa, institusi pendidikan perlu melakukan penyesuaian kurikulum agar lebih banyak mengintegrasikan teknologi digital dan memberikan lebih banyak kesempatan bagi mahasiswa untuk berlatih dan mengembangkan keterampilan digital mereka. Ini termasuk menyediakan akses ke software desain digital, platform e-commerce, alat analitik, serta pelatihan intensif dalam penggunaan teknologi-teknologi ini. Dengan demikian, diharapkan mahasiswa akan lebih siap menghadapi tantangan bisnis di era digital dan dapat berkontribusi secara signifikan dalam industri tata busana.

b. Kesiapan Adaptasi Teknologi

Tabel 2. Hasil Analisis pada Kesiapan Adaptasi Teknologi

No.	Deskripsi	N	f	%
1	Kecepatan mempelajari teknologi baru yang digunakan dalam industri fashion	172	88	51
2	Kemampuan beradaptasi dengan perangkat lunak atau aplikasi baru yang sering berubah	172	58	34
3	Tingkat beban yang dirasakan akibat perubahan teknologi di tempat kerja	172	99	58
4	Frekuensi pembaruan pengetahuan tentang teknologi terbaru dalam bidang fashion	172	71	41
5	Kenyamanan bekerja dengan berbagai jenis perangkat teknologi	172	134	78
6	Frekuensi mencari tahu tentang tren teknologi terbaru di industri fashion	172	155	90
7	Fleksibilitas dalam menggunakan berbagai platform digital untuk berkolaborasi dengan tim	172	147	85
8	Kemampuan menyesuaikan strategi pemasaran dengan teknologi pemasaran digital terbaru	172	111	65
9	Kemampuan mengimplementasikan teknologi baru dalam	172	82	48

10	proses produksi fashion Kenyamanan dalam troubleshooting atau memecahkan masalah teknis yang muncul dalam pekerjaan	172	79	46
	Rata-rata	172	60	

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan, ditemukan bahwa hanya 60% dari responden yang menunjukkan kemampuan adaptabilitas teknologi yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa belum memiliki kemampuan yang memadai dalam beradaptasi dengan teknologi baru yang esensial untuk berkarir di industri fashion era digital. Hasil ini mengindikasikan bahwa mahasiswa diploma tata busana masih menghadapi banyak tantangan dalam beradaptasi dengan teknologi yang diperlukan untuk sukses di industri fashion modern. Banyak institusi pendidikan masih mengikuti kurikulum tradisional yang tidak sepenuhnya menggabungkan teknologi digital dan keterampilan bisnis modern, sehingga menyebabkan kesenjangan antara pelatihan akademis dan persyaratan industri [26]. Kurangnya adaptabilitas ini dapat menghambat mereka dalam merespon dengan cepat terhadap perkembangan teknologi baru di industri fashion. Terbatasnya paparan terhadap kemajuan teknologi terkini mengakibatkan siswa tidak terbiasa dengan alat dan platform digital yang kini menjadi standar industri, sehingga menghambat kesiapan karir mereka [27]. Untuk meningkatkan adaptabilitas teknologi mahasiswa, institusi pendidikan perlu melakukan penyesuaian kurikulum agar lebih banyak mengintegrasikan teknologi digital dan memberikan lebih banyak kesempatan bagi mahasiswa untuk berlatih dan mengembangkan keterampilan adaptabilitas mereka. Ini termasuk menyediakan akses ke perangkat lunak terbaru, platform kolaborasi digital, dan pelatihan intensif dalam penggunaan teknologi-teknologi ini. Dengan demikian, diharapkan mahasiswa akan lebih siap menghadapi tantangan bisnis di era digital dan dapat berkontribusi secara signifikan dalam industri tata busana.

c. Pengalaman Praktis di Dunia Industri Era Digital

Tabel 3. Hasil Analisis pada Kesiapan Pengalaman Praktis di Dunia Industri Era Digital

No.	Deskripsi	N	f	%
1	Frekuensi keterlibatan dalam proyek bisnis nyata selama masa studi.	172	122	71
2	Pengalaman magang di industri fashion.	172	155	90
3	Kesempatan menerapkan teori dalam praktik.	172	101	59
4	Kecukupan pengalaman praktis untuk memulai karir di bidang fashion.	172	133	77
5	Frekuensi partisipasi dalam kegiatan bisnis simulasional di kampus.	172	101	59
6	Keterlibatan dalam proyek kolaboratif dengan perusahaan fashion selama studi.	172	98	57
7	Kinerja dalam menjalankan tugas-tugas praktis yang diberikan selama magang atau proyek.	172	110	64
8	Pengalaman mengelola toko online atau offline selama studi.	172	54	31
9	Frekuensi partisipasi dalam kompetisi atau acara	172	144	84

10	pameran fashion. Kontribusi pengalaman praktis dalam memahami dinamika pasar fashion digital.	172	81	47
	Rata-rata	172	64	

Berdasarkan hasil survei, ditemukan bahwa 64% responden menunjukkan keterlibatan rendah dalam pengalaman praktis. Indikator yang diukur meliputi frekuensi keterlibatan dalam proyek bisnis nyata, pengalaman magang, kesempatan menerapkan teori dalam praktik, dan partisipasi dalam kegiatan bisnis simulasional. Selain itu, pengalaman mengelola toko online atau offline, keterlibatan dalam proyek kolaboratif, dan partisipasi dalam kompetisi fashion juga dinilai. Hasil ini mengindikasikan bahwa mahasiswa masih kurang dalam memperoleh pengalaman praktis yang diperlukan. Pengalaman langsung dalam konteks bisnis dunia nyata meningkatkan keterampilan praktis dan kesiapan siswa untuk memasuki dunia kerja [28]. Kurangnya pengalaman praktis ini dapat menghambat pemahaman mereka terhadap dinamika pasar fashion. Terbatasnya paparan terhadap skenario bisnis dunia nyata membatasi kemampuan siswa untuk menerapkan pengetahuan teoretis secara praktis [29][30]. Untuk meningkatkan kesiapan karir, institusi perlu menyediakan lebih banyak kesempatan untuk proyek nyata dan magang [31].

d. Kesiapan Keterampilan menjalankan Bisnis Era Digital

Tabel 4. Hasil Analisis pada Kesiapan Keterampilan menjalankan Bisnis Era Digital

No.	Deskripsi	N	f	%
1	Pemahaman konsep dasar e-commerce dalam bisnis fashion	172	59	34
2	Familiaritas dengan strategi pemasaran digital yang efektif untuk produk fashion	172	112	65
3	Frekuensi mengikuti perkembangan terbaru dalam praktik bisnis modern	172	133	77
4	Pengetahuan tentang cara mengelola bisnis fashion secara online	172	54	31
5	Kenyamanan dengan konsep manajemen inventaris digital	172	76	44
6	Pemahaman konsep dropshipping dan penerapannya dalam bisnis fashion	172	55	32
7	Kemampuan merancang strategi bisnis yang mengintegrasikan teknologi digital	172	87	51
8	Kemampuan mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang bisnis di pasar digital	172	43	25
9	Efektivitas dalam mengelola hubungan pelanggan menggunakan CRM (Customer Relationship Management) digital	172	81	47
10	Pemahaman penggunaan platform crowdfunding untuk memulai atau mengembangkan bisnis fashion	172	32	19
	Rata-rata	172	43	

Berdasarkan hasil survei, ditemukan bahwa hanya 43% dari responden menunjukkan pemahaman yang sangat rendah terhadap keterampilan bisnis modern. Indikator yang diukur meliputi pemahaman konsep dasar e-commerce

dalam bisnis fashion, familiaritas dengan strategi pemasaran digital yang efektif, frekuensi mengikuti perkembangan terbaru dalam praktik bisnis modern, dan pengetahuan tentang cara mengelola bisnis fashion secara online. Selain itu, kenyamanan dengan konsep manajemen inventaris digital, pemahaman konsep dropshipping, kemampuan merancang strategi bisnis yang mengintegrasikan teknologi digital, kemampuan mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang bisnis di pasar digital, efektivitas dalam mengelola hubungan pelanggan menggunakan CRM, serta pemahaman penggunaan platform crowdfunding untuk memulai atau mengembangkan bisnis fashion juga dinilai. Hasil ini mengindikasikan bahwa mahasiswa masih kurang dalam pemahaman dan penerapan keterampilan bisnis modern yang esensial untuk sukses di industri fashion digital. Memahami praktik dan strategi bisnis modern sangat penting untuk kesiapan karir di era digital [30] [17]. Kurangnya pemahaman ini dapat menghambat mereka dalam mengelola bisnis fashion secara efektif di era digital. Banyak institusi pendidikan masih mengikuti kurikulum tradisional yang tidak sepenuhnya menggabungkan teknologi digital dan keterampilan bisnis modern, sehingga menyebabkan kesenjangan antara pelatihan akademis dan persyaratan industri” [32], [33]. Untuk meningkatkan pemahaman keterampilan bisnis modern, institusi pendidikan perlu mengintegrasikan lebih banyak pelatihan dan praktik bisnis digital dalam kurikulum. Ini termasuk mengajarkan konsep e-commerce, strategi pemasaran digital, manajemen inventaris digital, dan penggunaan teknologi CRM. Dengan demikian, diharapkan mahasiswa akan lebih siap menghadapi tantangan bisnis di era digital dan dapat berkontribusi secara signifikan dalam industri tata busana.

D. Simpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa mahasiswa Diploma 3 Tata Busana di Universitas Negeri Padang masih menghadapi banyak tantangan dalam menguasai literasi digital, adaptabilitas teknologi, pengalaman praktis, dan keterampilan bisnis modern yang esensial untuk sukses di industri fashion era digital. Hanya 60% dari responden menunjukkan kemampuan adaptabilitas teknologi yang rendah, 64% menunjukkan keterlibatan rendah dalam pengalaman praktis, dan 43% menunjukkan pemahaman yang sangat rendah terhadap keterampilan bisnis modern. Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara pelatihan akademis dan persyaratan industri saat ini. Kurangnya keterampilan dan pemahaman ini menghambat mahasiswa dalam beradaptasi dengan cepat terhadap teknologi baru dan mengelola bisnis fashion secara efektif di era digital. Selain itu, rendahnya partisipasi dalam pelatihan atau kursus tambahan terkait literasi digital menunjukkan bahwa mahasiswa belum mendapatkan cukup dukungan atau kesempatan untuk meningkatkan keterampilan mereka.

Berdasarkan hasil penelitian ini, direkomendasikan agar institusi pendidikan melakukan beberapa penyesuaian kurikulum untuk mengintegrasikan lebih banyak teknologi digital dan praktik bisnis modern. Pertama, institusi perlu menyediakan akses ke software desain digital, platform e-commerce, alat analitik, dan perangkat lunak terbaru yang relevan dengan industri fashion. Kedua, perlu diadakan lebih banyak pelatihan intensif dalam penggunaan teknologi-teknologi ini, termasuk platform kolaborasi digital dan CRM. Ketiga, institusi harus memperbanyak proyek bisnis nyata, magang, dan kegiatan kolaboratif dengan

industri untuk memberikan pengalaman praktis yang memadai bagi mahasiswa. Dengan mengimplementasikan rekomendasi ini, diharapkan mahasiswa akan lebih siap menghadapi tantangan bisnis di era digital dan dapat berkontribusi secara signifikan dalam industri tata busana. Peningkatan ini tidak hanya akan membantu dalam meningkatkan kesiapan karir mahasiswa tetapi juga memperkuat daya saing industri fashion secara keseluruhan.

E. Ucapan Terima Kasih

Penulis merasa bersyukur atas dukungan yang besar dari keluarga, baik secara moril maupun materi, serta ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung selama proses penelitian ini.

F. Referensi

- [1] Zhu, Z. (2023). The Impact of Digital Transformation on the Fashion Industry in the Post-Pandemic Era. *BCP Business & Management*, 44, 696–705. <https://doi.org/10.54691/bcpbm.v44i.4920>
- [2] X. (Catherine) Sun, Y. J. Liu, and L. Zhao, “Exploring Fashion Digital Intelligence: Analysis of Knowledge Domains and Digital Competency in Fashion Merchandising,” no. February, pp. 0–4, 2024, doi: 10.31274/itaa.17401.
- [3] K. K. F. Tsoi, J. Y. C. Chan, H. W. Hirai, S. Y. S. Wong, and T. C. Y. Kwok, “Cognitive tests to detect dementia: a systematic review and meta-analysis,” *JAMA Intern. Med.*, vol. 175, no. 9, pp. 1450–1458, 2015.
- [4] D. S. Johnson and S. Bharadwaj, “Digitization of selling activity and sales force performance: An empirical investigation,” ... *Acad. Mark. ...*, 2005, doi: 10.1177/0092070304266119.
- [5] S. Khotimah, D. Octoria, S. Aenandari, H. Aysi, and U. S. Maret, “Analysis of Entrepreneurship Education Achievements Using The Project Based Learning (PjBL) Model in MBKM Curriculum,” ... *Innov. Soc. ...*, pp. 107–114, 2021.
- [6] M. A. Ayub, R. Jaafar, and Z. Abdul Majid, “Embedding technopreneurship with mechatronics engineering in outcome-based curriculum development for postgraduate education in Malaysia,” *Glob. J. Eng. Educ.*, vol. 13, no. 3, pp. 126–131, 2011.
- [7] J. T. Wei, M. C. Lee, H. K. Chen, and H. H. Wu, “Customer relationship management in the hairdressing industry: An application of data mining techniques,” *Expert Syst. Appl.*, 2013.
- [8] P. H. Fuchs, K. E. Mifflin, D. Miller, and ..., “Strategic integration: Competing in the age of capabilities,” *Calif. Manag. ...*, 2000, doi: 10.2307/41166045.
- [9] J. D. Bamford, B. Gomes-Casseres, and M. S. Robinson, *Mastering alliance strategy: A comprehensive guide to design, management, and organization*. books.google.com, 2003.
- [10] M. Dewi, K. Rukun, and A. Efi, “Exspert Validity Pada Pengembangan Model Pembelajaran Berbasis Proyek E Commerce Pada Pembelajaran Kewirausahaan,” *J. Pendidik. Teknol. Kejuru.*, vol. 1, no. 2, pp. 43–50, 2018.
- [11] M. Dewi, E. Susanti, R. Susanti, Z. Yenni, and E. Eliza, “the Effect of Mindset Personal on Behavior of Internet Entrepreneurship Students of Universitas

- Putra Indonesia Yptk Padang," *Sosiohumaniora*, vol. 22, no. 1, pp. 1–7, 2020.
- [12] T. M. Johan, Ambyar, J. Jama, R. Efendi, and M. Dewi, "Developing of MONAKI model on nursing information system to improve 21st century competencies," *Int. J. Sci. Technol. Res.*, vol. 8, no. 11, pp. 1247–1251, 2019.
- [13] J. A. Davis, *Competitive success: How branding adds value*. books.google.com, 2010.
- [14] M. Mustari, I. M. Sudana, and E. Suprpto, "Model teaching factory bagi pembelajaran merencana dan menginstalasi sistem audio," *J. Vocat. Career Educ.*, vol. 2, no. 2, 2017.
- [15] D. Dašić, M. I. Kostadinović, M. Vlajković, and M. Pavlović, "Digital literacy in the service of science and scientific knowledge," *Int. J. Cogn. Res. Sci. Eng. Educ.*, vol. 12, no. 1, pp. 219–227, 2024.
- [16] E. Kyndt and H. Baert, "Entrepreneurial competencies: Assessment and predictive value for entrepreneurship," *J. Vocat. Behav.*, vol. 90, pp. 13–25, 2015.
- [17] N. Valaei and S. R. Nikhashemi, "Generation Y consumers' buying behaviour in fashion apparel industry: a moderation analysis," *J. Fash. Mark. Manag. An Int. J.*, vol. 21, no. 4, pp. 523–543, 2017.
- [18] C. L. Caballero and A. Walker, "Work readiness in graduate recruitment and selection: A review of current assessment methods," *J. Teach. Learn. Grad. Employab.*, vol. 1, no. 1, pp. 13–25, 2010.
- [19] M. Spante, S. S. Hashemi, M. Lundin, and A. Algers, "Digital competence and digital literacy in higher education research: Systematic review of concept use," *Cogent Educ.*, vol. 5, no. 1, p. 1519143, 2018.
- [20] T. He and S. Li, "A comparative study of digital informal learning: The effects of digital competence and technology expectancy," *Br. J. Educ. Technol.*, vol. 0, no. 0, pp. 1–15, 2019, doi: 10.1111/bjet.12778.
- [21] M. Rais, "Project Based-Learning: Inovasi Pembelajaran yang Berorientasi Soft skills," *Inov. Pembelajaran*, pp. 1–18, 2010.
- [22] S. Z. Novrita, A. Ambiyar, and N. Syah, "Efektivitas Efektivitas Model Pembelajaran Project Based Learning Terhadap Soft Skill Berfikir Kritis dan Kreatif Peserta Didik: Meta Analisis," *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 8, no. 1, pp. 6347–6359, 2024.
- [23] M. Poláková, J. H. Suleimanová, P. Madzík, L. Copuš, I. Molnárová, and J. Polednová, "Soft skills and their importance in the labour market under the conditions of Industry 5.0," *Heliyon*, vol. 9, no. 8, 2023.
- [24] D. L. Maulid, R. Hurriyati, and H. Hendrayati, "The Impact of Social Media Marketing on Consumer Purchase Decisions," in *6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2021)*, Atlantis Press, 2022, pp. 231–235.
- [25] J. Anderson and N. Billou, "Serving the world's poor: innovation at the base of the economic pyramid," *J. Bus. Strategy*, 2007, doi: 10.1108/02756660710732611.
- [26] N. Asriati, "Pengembangan model pembelajaran teaching factory 6M menghadapi revolusi industri keempat di SMK Negeri 6 Pontianak," *J. Pendidik. Ekon.*, vol. 3, no. 2, pp. 70–86, 2018.
- [27] U. V. Wardina, N. Jalinus, and L. Asnur, "Kurikulum pendidikan vokasi pada

- era revolusi industri 4.0,” *J. Pendidik.*, vol. 20, no. 1, pp. 82–90, 2019.
- [28] R. Syahyadi, “Sinergitas Pendidikan Vokasi, Pemerintah dan Dunia Usaha-Dunia Industri dalam Menyongsong Merdeka Belajar,” in *Prosiding Seminar Nasional Politeknik Negeri Lhokseumawe*, 2020, pp. 53–56.
- [29] M. Dewi, “Peningkatan Karakter Wirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Padang dengan Pelatihan Smart Entrepreneur Model (SEM),” *J. Lap. Abdimas Rumah Ilm.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–6, 2020.
- [30] M. Dewi, Y. R. Sari, S. Amna, and R. Susanti, “The understanding of lecturers about the new literacy in industrial revolution era 4.0: a study case of university of putra indonesia yptk padang,” in *Journal of Physics: Conference Series*, IOP Publishing, 2019, p. 12105.
- [31] M. S. Hartoko, “Rekrutmen Calon Karyawan Tetap,” *J. Akuntansi, Ekon. dan Manaj. Bisnis*, vol. 4, no. 2, pp. 122–127, 2016.
- [32] S. Li, X. Yang, S. Yang, M. Zhu, and X. Wang, “Technology prospecting on enzymes: application, marketing and engineering,” *Computational and structural Elsevier*, 2012.
- [33] I. Mayasari, H. C. Haryanto, O. D. Hutagaol, A. R. Ramadhan, and I. Amir, “Examining the Role of Social Media Marketing on Brand Love and Its Impact on Brand Centrality: The Study of Local Fashion Brands for the Millennials,” *J. Indones. Econ. Bus.*, vol. 38, no. 2, pp. 147–165, 2023.