

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada UMKM INMAS TAILOR, penerapan model bisnis berkelanjutan melalui pemanfaatan website dan media sosial menunjukkan hasil yang dapat dianalisis dari berbagai perspektif, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan.

4.1 Implementasi Model Bisnis Berkelanjutan INMAS TAILOR

INMAS TAILOR berupaya mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam model bisnis intinya, dengan fokus pada tiga dimensi utama: ekonomi, sosial, dan lingkungan.

1. Dimensi Ekonomi: INMAS TAILOR berinvestasi pada kualitas produk yang tahan lama untuk melawan budaya fast fashion. Ini dilakukan dengan menggunakan bahan baku yang dipilih dengan cermat dan teknik menjahit terkini untuk menjamin kerapian, kekuatan, dan kepuasan pelanggan. Model bisnis ini didukung oleh strategi digital komprehensif, di mana website berfungsi sebagai pusat transaksi dan informasi, sementara media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) digunakan untuk pemasaran dinamis dan pembangunan komunitas.
2. Dimensi Sosial: INMAS TAILOR berkomitmen pada etika dan keadilan kerja. Visi misi perusahaan mencakup peningkatan kompetensi dan kesejahteraan sumber daya manusia melalui pelatihan berkelanjutan. Selain itu, dengan mempekerjakan tim penjahit (penjahit utama dan junior) dan mengelola operasional secara lokal, INMAS TAILOR berkontribusi

pada pemberdayaan komunitas sekitar. Website dan media sosial juga digunakan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui konsultasi gratis dan komunikasi yang personal dan profesional.

3. Dimensi Lingkungan: Meskipun fokus utama INMAS TAILOR adalah pada kualitas dan etika, elemen keberlanjutan lingkungan juga mulai diterapkan. Hal ini mencakup penggunaan bahan baku yang lebih ramah lingkungan dan optimalisasi proses produksi untuk mengurangi limbah, sejalan dengan prinsip sustainable fashion yang menganjurkan slow fashion dan circular fashion. Penelitian ini menemukan bahwa praktik ini dapat mengurangi dampak negatif dan menciptakan nilai tambah di pasar yang semakin sadar lingkungan.

4.2 Dampak Implementasi Model Bisnis Berkelanjutan melalui Website

Pemanfaatan website dan media sosial memiliki dampak signifikan pada keberlanjutan INMAS TAILOR dari berbagai perspektif.

1. Dampak Keuangan: Website INMAS TAILOR berfungsi sebagai platform e-commerce yang memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas, melampaui batasan geografis toko fisik di Rantauprapat. Fitur-fitur seperti halaman produk dengan diskon, berbagai pilihan model busana, dan fitur "pesan sekarang" yang terhubung langsung ke WhatsApp memfasilitasi transaksi dan berpotensi meningkatkan penjualan. Diversifikasi produk dan promosi melalui website membantu menciptakan aliran pendapatan yang lebih stabil dan berkelanjutan.
2. Dampak Sosial: Website dan media sosial berperan penting dalam transparansi rantai pasok dan komunikasi nilai keberlanjutan kepada

konsumen. Halaman produk yang menampilkan detail bahan dan proses dapat membangun kepercayaan. Selain itu, fitur konsultasi gratis yang tersedia di website menunjukkan komitmen INMAS TAILOR dalam memberikan pelayanan yang personal dan profesional, yang merupakan bagian dari misi mereka untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

3. Dampak Lingkungan: Meskipun website tidak secara langsung berdampak pada produksi, platform ini digunakan untuk mengedukasi konsumen tentang praktik berkelanjutan yang diusung oleh INMAS TAILOR, seperti penggunaan bahan ramah lingkungan dan manajemen limbah. Narasi ini mendukung gerakan slow fashion dan mendorong konsumen untuk membuat pilihan yang lebih sadar lingkungan.

4.3 Faktor-Faktor Keberhasilan Adopsi Model Bisnis Berkelanjutan

Berdasarkan analisis SWOT, ada beberapa faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan adopsi model bisnis berkelanjutan INMAS TAILOR.

1. Kekuatan (Strengths): Kualitas jahitan yang presisi dan pelayanan personal yang merupakan keunggulan internal, menjadi fondasi kuat untuk membangun citra merek yang positif dan loyalitas pelanggan. Keberadaan pemilik yang juga pendiri dan memiliki latar belakang pendidikan tata busana (SMKN 3 Rantau Utara) memberikan keahlian dan pengetahuan yang mendalam dalam operasional bisnis.
2. Kelemahan (Weaknesses): Adanya potensi kelemahan seperti rendahnya implementasi website mandiri dengan prinsip berkelanjutan, rendahnya

literasi digital di kalangan UMKM , dan ancaman seperti persaingan ketat, perubahan tren mode, serta biaya operasional yang meningkat.

3. Peluang (Opportunities): Era digital dan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu lingkungan menciptakan peluang besar bagi INMAS TAILOR. Konsep sustainable fashion menawarkan diferensiasi kompetitif di tengah maraknya fast fashion. Pemanfaatan e-commerce berkelanjutan menawarkan potensi transformatif untuk memperluas pasar.
4. Ancaman (Threats): Persaingan dari penjahit rumahan, konveksi besar, dan platform e-commerce lain, serta perubahan tren mode yang cepat dan biaya operasional yang meningkat, merupakan ancaman eksternal yang perlu diwaspadai.

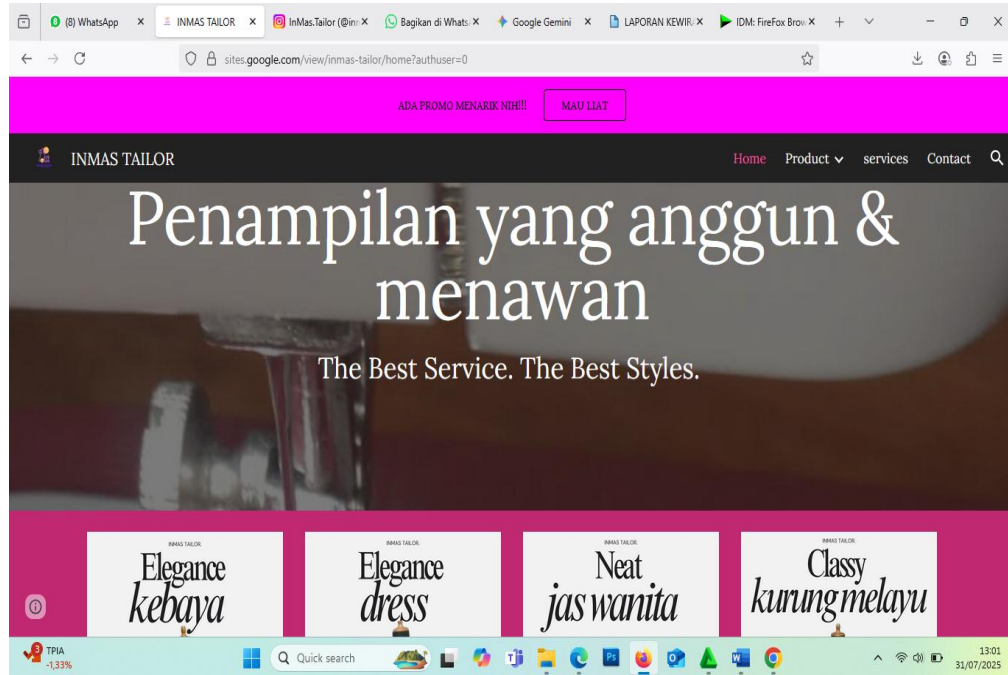
4.4 Penerapan E-commerce dan Pemasaran Digital

Penerapan e-commerce dan pemasaran digital pada INMAS TAILOR dilakukan melalui website dan media sosial.

4.4.1 Website

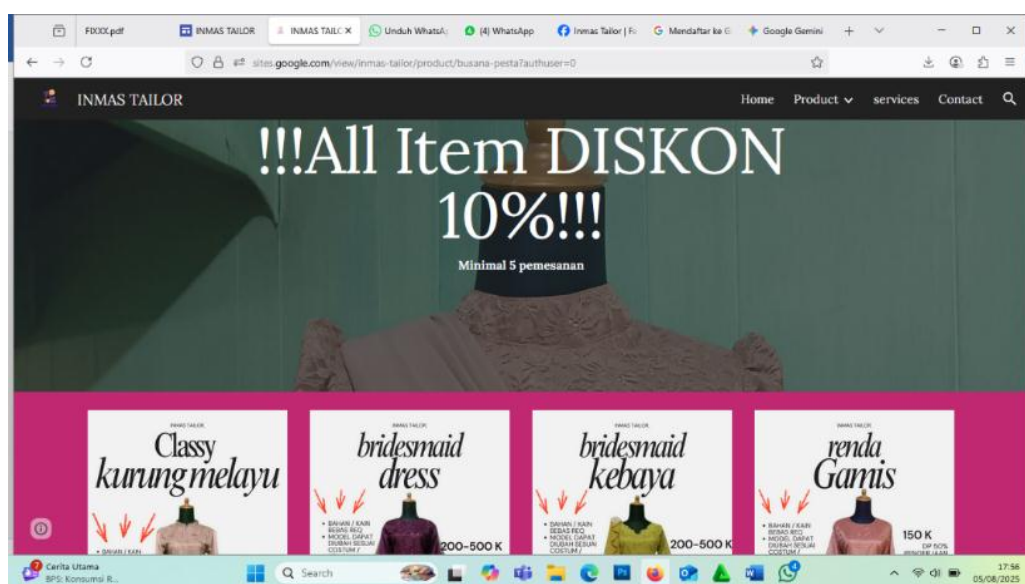
INMAS TAILOR telah membuat website dengan menu utama yang mencakup Home, Product, Services, dan Contact. Website ini tidak hanya menampilkan produk dan layanan, tetapi juga mengintegrasikan fitur interaktif seperti tombol pesan sekarang dan konsultasi yang langsung terhubung ke WhatsApp. Hal ini memfasilitasi komunikasi langsung dengan pelanggan dan membuat proses pemesanan lebih mudah.

Berikut beberapa fitur-fitur yang terdapat pada website INMAS TAILOR:



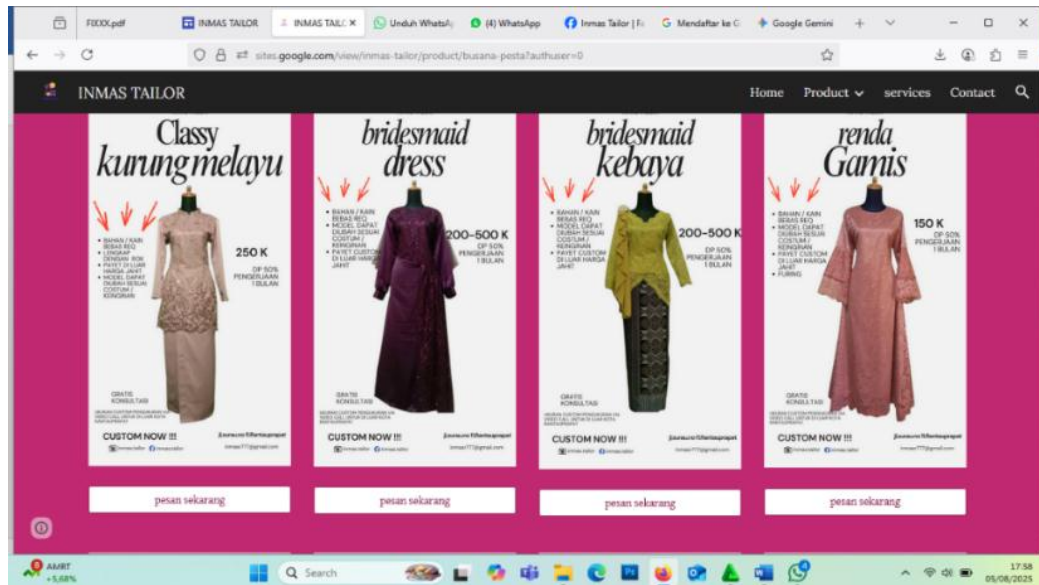
Gambar 4.1 : Home page website

Terdapat empat page menu yaitu home, product, services dan contact. Pada tampilan home berisi beberapa model busana yang paling laris dipesan, di bagian atas website terdapat announcement banner yang berisi promo menarik dari INMAS TAILOR klik mau untuk kehalaman promo.



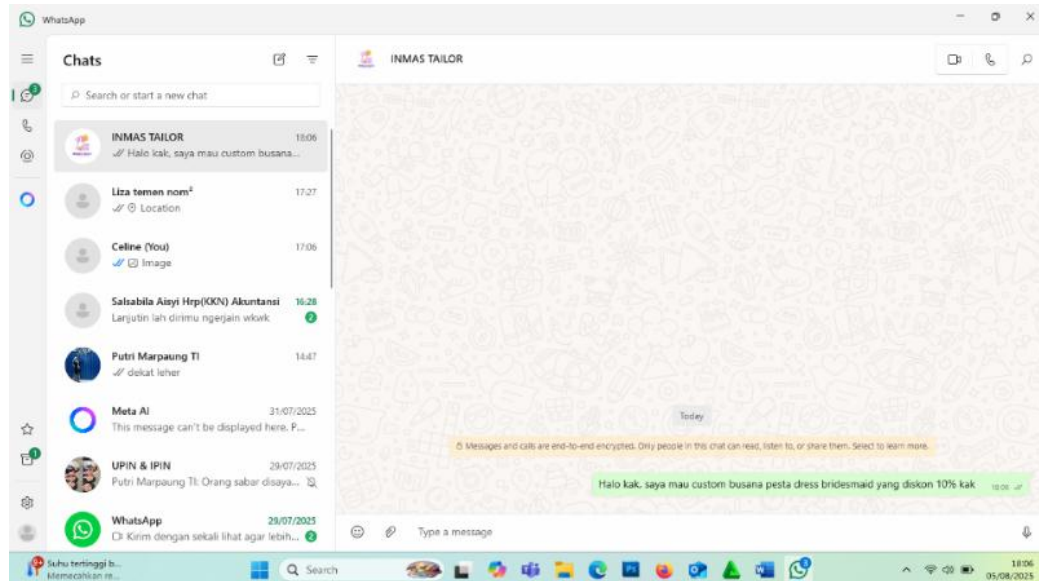
Gambar 4.2 : Halaman product diskon

Setelah itu muncul lah beberapa model busana diskon dengan ketentuan yang dibuat

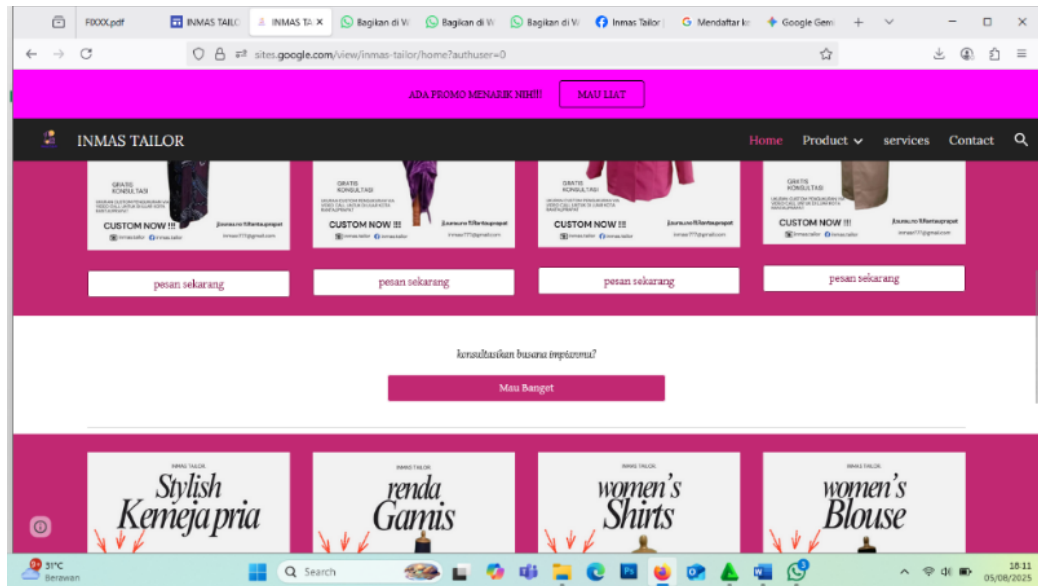


Gambar 4.3 : Beberapa pilihan model busana

Langkah selanjutnya klik pesan sekarang lanjut ke Whatsapp → send

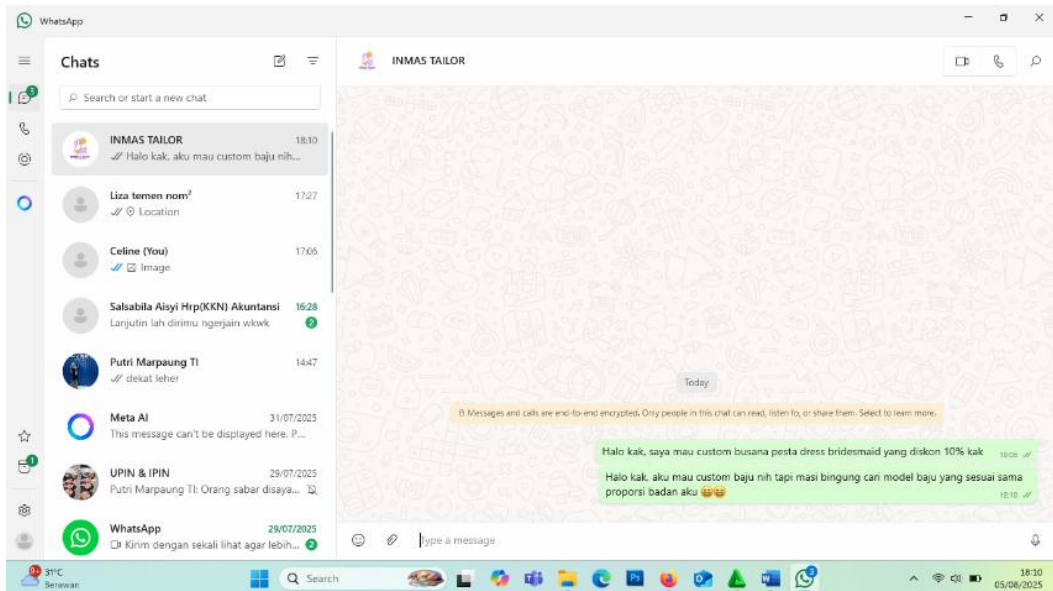


Gambar 4.4 : Tampilan template chat pesanan



Gambar 4.5 : Tombol fitur konsultasi

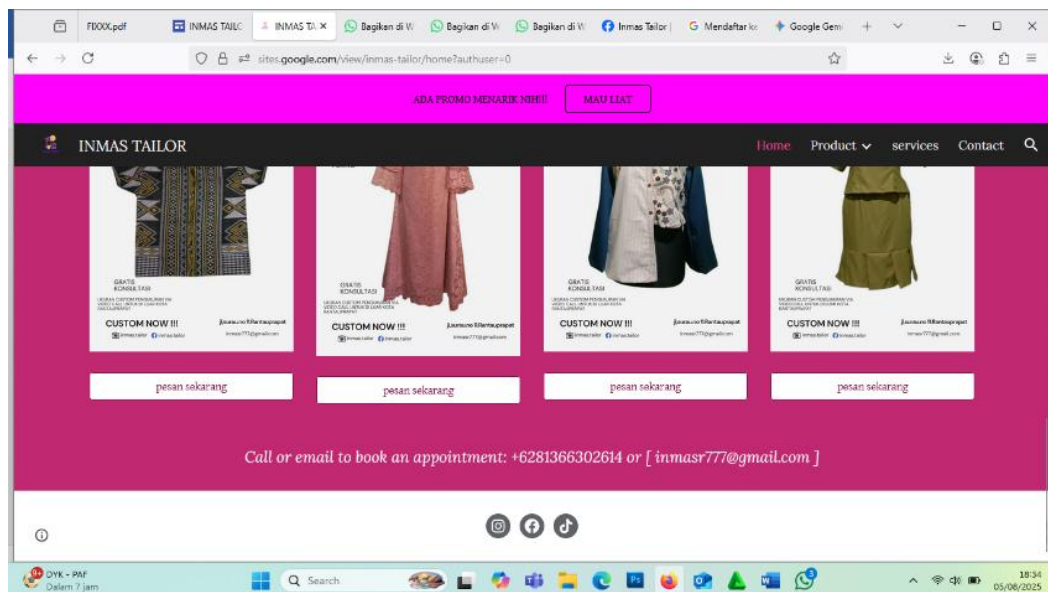
Jika membutuhkan konsultasi mendalam tentang model busana yang akan dipesan INMAS TAILOR juga membuat fitur konsultasi klik ~~mau~~ banget lanjut ke WhatsApp send.



Gambar 4.6 : Tampilan template chat konsultasi

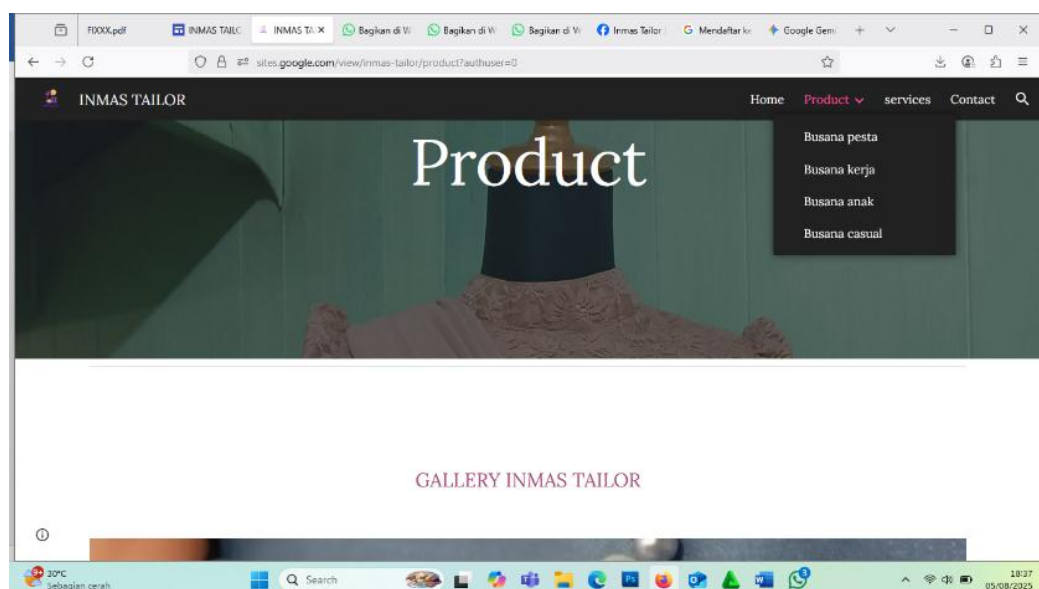
Setelah tombol diklik akan langsung mengarah ke room chat whatsapp yang berisi kalimat seperti gambar diatas, klik send untuk memulai chat

konsultasi.



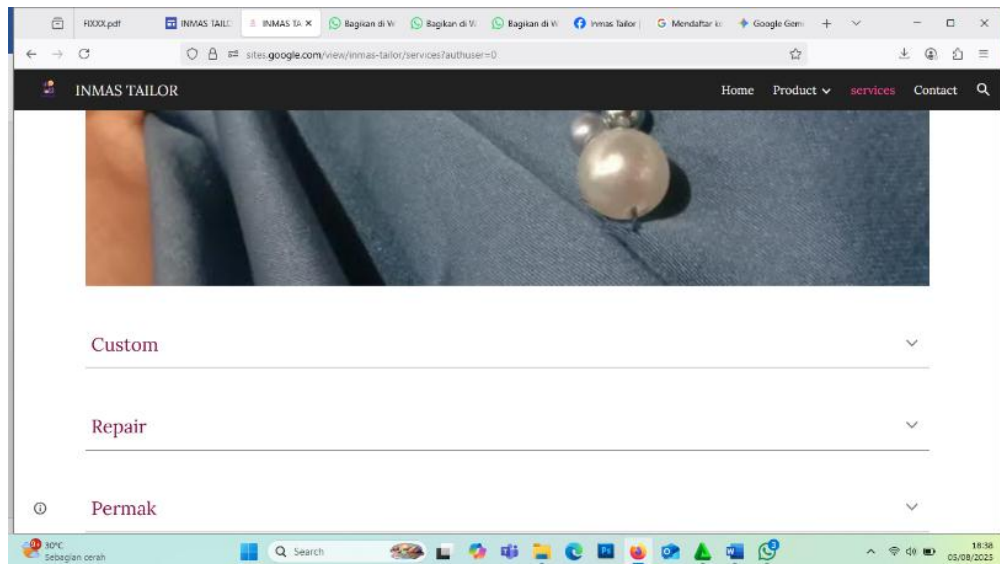
Gambar 4.7 : Ikon media sosial

Pada bagian bawah terdapat informasi email dan media sosial, klik ikon instagram, facebook atau tiktok untuk melihat masing-masing akun media sosial INMAS TAILOR.



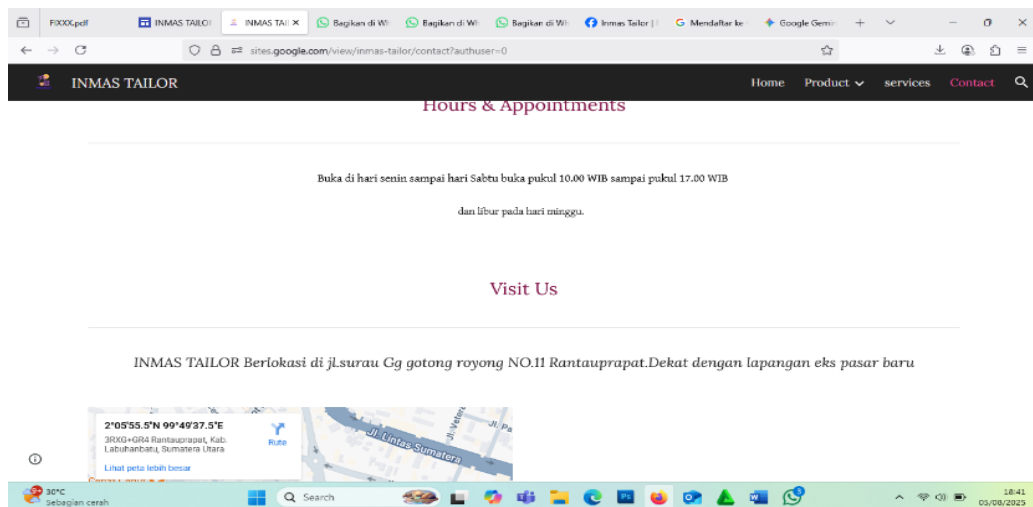
Gambar 4.8 : Page product

Untuk page product berisi gallery INMAS TAILOR yang memuat beberapa koleksi product, pecah pola dan mesin jahit yang digunakan. Pada bagian model busana dibagi beberapa kategory busana, pilih sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 4.9 : Page services

Pada page services memuat beberapa jasa yang ditawarkan INMAS TAILOR beserta harganya.



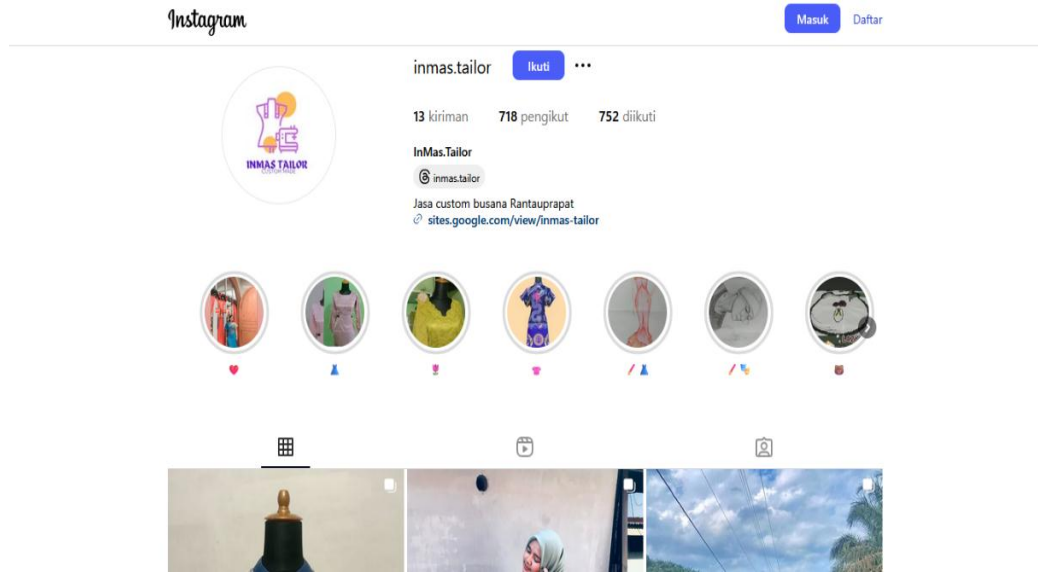
Gambar 4.10 : Page contact

Untuk page contact menampilkan jadwal jam operasional dan alamat INMAS TAILOR yang dapat langsung diakses melalui google map.

Penggunaan media sosial yang cerdas dan konsisten memberikan dampak signifikan bagi pertumbuhan INMAS TAILOR:

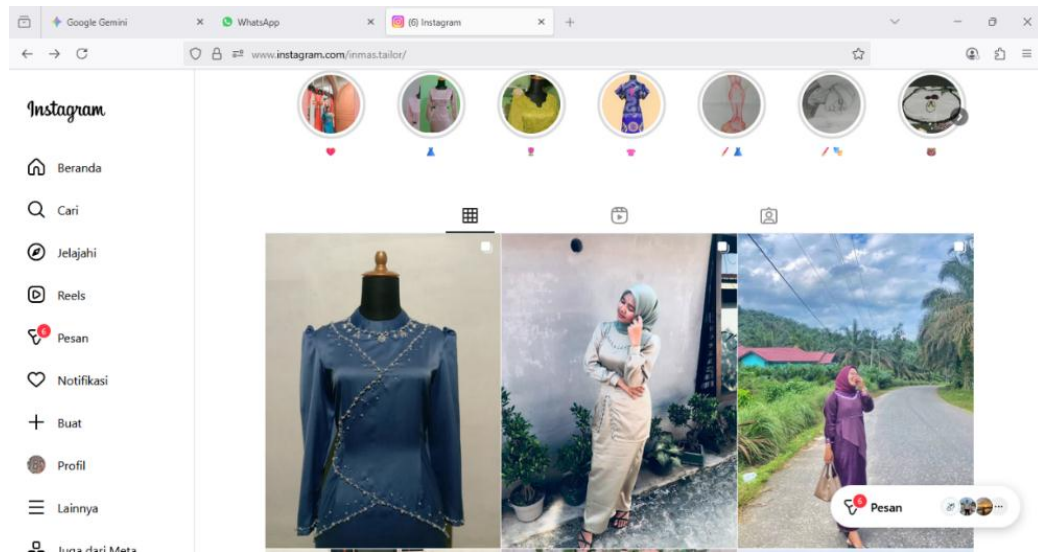
1. Meningkatnya Jumlah Pelanggan: Unggahan yang menarik dan testimoni positif secara bertahap berhasil mendatangkan pelanggan baru, yang pada awalnya menemukan INMAS TAILOR melalui media sosial.
2. Penguatan Pemasaran dari Mulut ke Mulut (Word-of-Mouth): Media sosial mempermudah pelanggan untuk merekomendasikan INMAS TAILOR. Dengan membagikan foto pakaian mereka di akun pribadi, mereka secara tidak langsung menjadi "duta" yang mempromosikan usaha Indah kepada teman-teman dan pengikut mereka.
3. Pengembangan Usaha: Keberhasilan strategi ini memungkinkan INMAS TAILOR untuk terus berkembang. Keuntungan yang didapat dari pesanan yang masuk melalui media sosial dapat diinvestasikan kembali untuk membeli peralatan yang lebih canggih, sehingga kualitas dan kecepatan layanan terus meningkat.
4. Secara keseluruhan, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi bagi INMAS TAILOR, tetapi juga sebagai fondasi penting yang membangun identitas merek, kepercayaan pelanggan, dan jalur komunikasi yang efisien di era digital.

4.4.2 Instagram



Gambar 4.11 :Akun instagram INMAS TAILOR

Gambar diatas adalah akun resmi INMAS TAILOR dengan username @inmas.tailor ,718 pengikut,14 postingan,752 mengikuti,instagram berfungsi sebagai etalase digital dan pusat informasi utama bagi usaha jahit-menjahit ini. Dari tampilan profilnya, kita dapat melihat bagaimana Indah Nurmala Sari memanfaatkan platform ini secara efektif untuk membangun merek dan menjangkau pelanggan.



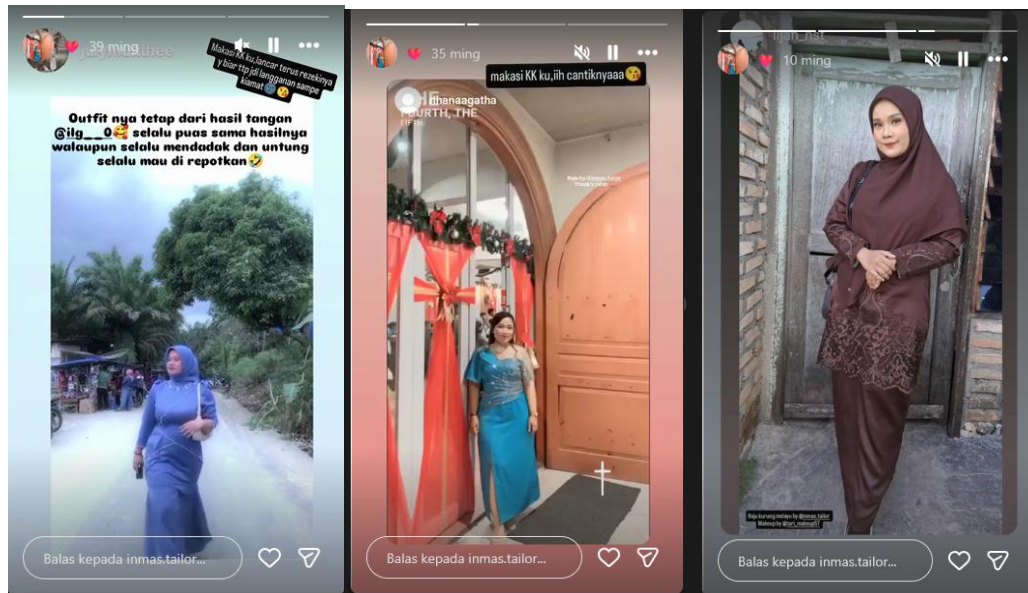
Gambar 4.12 : Postingan instagram INMAS TAILOR

Tampilan grid menunjukkan foto-foto hasil jahitan yang rapi dan profesional. Foto-foto ini adalah hasil pesanan pelanggan, yang berfungsi sebagai portofolio visual. Hal ini sangat penting untuk membangun kepercayaan, karena calon pelanggan baru dapat melihat kualitas kerja secara langsung.



Gambar 4.13 : Interaksi di kolom komentar instagram INMAS TAILOR

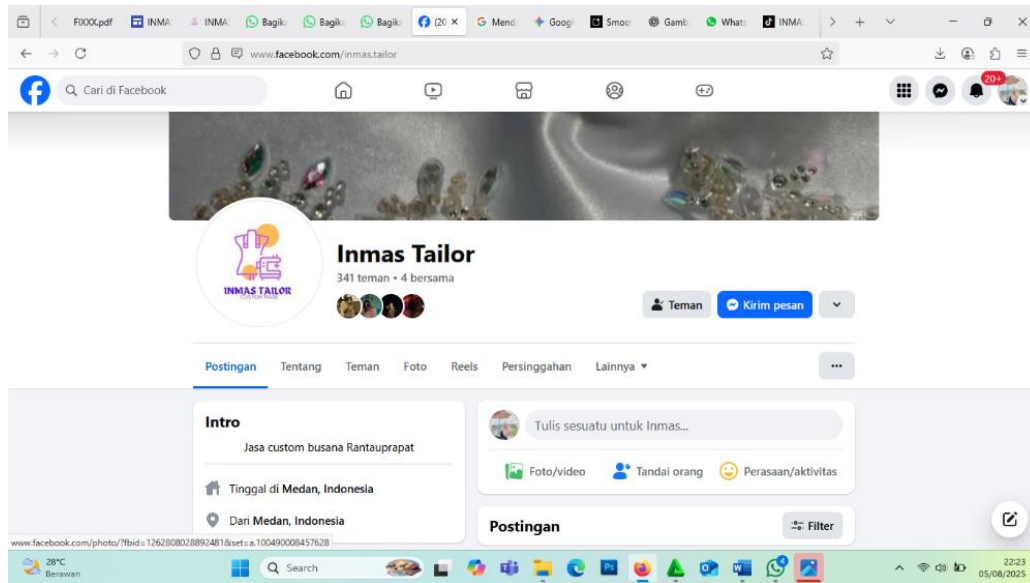
Pada setiap postingan terdapat fitur tag yang mengarah kepada akun pelanggan inmas tailor yang ditandai dalam foto postingan langsung yang dapat menciptakan interaksi didalam kolom komentar postingan tersebut.



Gambar 4.14 : Sorotan Cerita (Highlights) instagram INMAS TAILOR

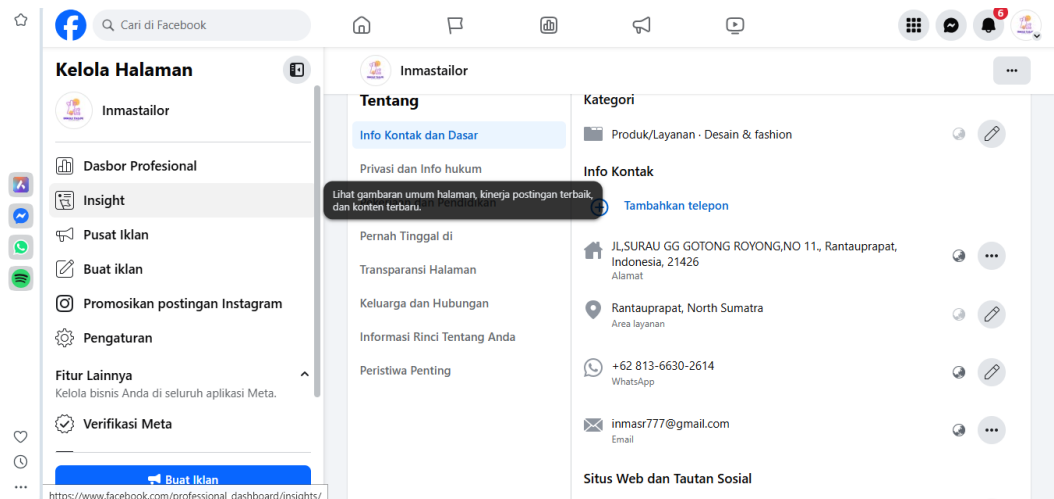
Sorotan Cerita (Highlights): Penggunaan fitur highlights menunjukkan bahwa akun ini mengorganisir informasi penting agar mudah diakses oleh pengunjung baru. Bagian ini berisi tangkapan layar ulasan positif atau foto-foto dari pelanggan yang puas. Ini adalah bukti sosial (social proof) yang sangat efektif untuk meyakinkan calon pelanggan baru.

4.4.3 Facebook



Gambar 4.15 : Akun facebook INMAS TAILOR

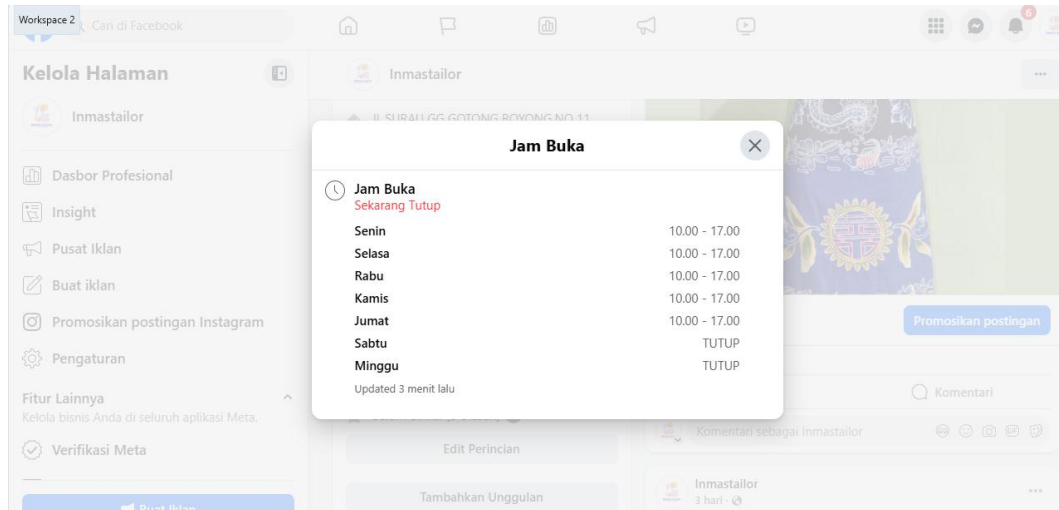
Gambar diatas adalah akun resmi INMAS TAILOR dengan username @Inmas Tailor, Facebook memiliki peran yang sedikit berbeda namun saling melengkapi dengan Instagram. Jika Instagram lebih berfungsi sebagai etalase visual, Facebook lebih berfokus pada pembangunan komunitas, komunikasi, dan penyediaan informasi yang lebih lengkap.



Gambar 4.16 : Facebook Page

Facebook Sebagai Pusat Informasi dan Komunikasi yang Komprehensif

Halaman Facebook (Facebook Page) memungkinkan INMAS TAILOR untuk menyediakan informasi yang jauh lebih detail dibandingkan bio singkat di Instagram. Halaman Facebook dapat memuat:



Gambar 4.17 : Informasi jam operasional di Facebook

- Informasi Lengkap Usaha: Jam operasional, alamat lengkap, peta lokasi, nomor kontak, dan link langsung ke akun WhatsApp atau platform lain.
- Daftar Layanan: Facebook memiliki fitur khusus untuk menampilkan daftar jasa yang ditawarkan, lengkap dengan deskripsi dan perkiraan harga, yang sangat membantu calon pelanggan.
- Ulasan Pelanggan: Pelanggan dapat memberikan ulasan dan rating langsung di halaman Facebook. Ulasan ini menjadi bukti sosial (social proof) yang kuat untuk membangun kredibilitas dan kepercayaan di mata calon pelanggan baru.
- Komunikasi Interaktif: Fitur pesan instan (Messenger) memungkinkan komunikasi dua arah yang lebih mudah dan terstruktur. INMAS TAILOR dapat dengan cepat menjawab pertanyaan, memberikan konsultasi, dan

menerima pesanan dari pelanggan.

Strategi Konten yang Berfokus pada Komunitas dan Interaksi

Konten di Facebook tidak hanya tentang visual yang memukau, tetapi juga tentang cerita dan interaksi. Strategi konten yang efektif bagi INMAS TAILOR di Facebook bisa meliputi:

- a. Cerita di Balik Produk: Mengunggah foto atau video yang disertai narasi lebih panjang, misalnya cerita di balik pembuatan gaun untuk acara pernikahan, atau bagaimana sebuah pakaian lama berhasil "diselamatkan" melalui jasa permak. Konten ini membangun hubungan emosional dengan audiens.
- b. Postingan Interaktif: Membuat postingan yang mendorong audiens untuk berpartisipasi, seperti "Busana apa yang paling Anda sukai di bulan ini?" atau mengadakan jajak pendapat (polling) mengenai model atau warna kain. Ini membantu INMAS TAILOR memahami selera pasar.
- c. Live Q&A atau Demo Singkat: Mengadakan sesi siaran langsung (live) untuk menjawab pertanyaan pelanggan atau menunjukkan demo singkat teknik menjahit. Ini meningkatkan keterlibatan audiens secara signifikan.

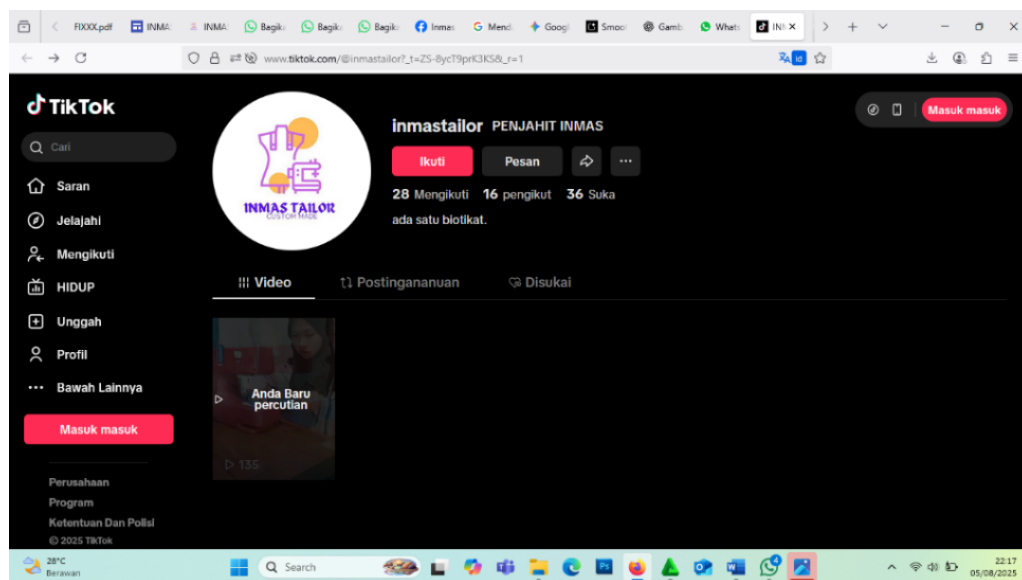
Pemasaran dan Promosi yang Lebih Bertarget, Salah satu kekuatan terbesar Facebook adalah sistem periklanannya yang sangat canggih. INMAS TAILOR dapat memanfaatkan fitur ini untuk:

- a. Menjangkau Audiens Spesifik: Mengiklankan jasa kepada demografi tertentu, misalnya perempuan berusia 25-45 tahun yang tinggal di Rantauprapat dan sekitarnya, dengan minat pada fashion, kebaya, atau penjahit lokal.

- b. Promosi Event dan Penawaran Khusus: Menggunakan fitur "Events" untuk mengumumkan promosi musiman, diskon khusus, atau acara workshop (jika ada). Ini membantu meningkatkan kehadiran fisik pelanggan.
- c. Retargeting: Menjangkau kembali orang-orang yang sudah pernah mengunjungi halaman Facebook atau akun Instagram, sehingga peluang mereka menjadi pelanggan semakin besar.

Secara keseluruhan, penggunaan Facebook melengkapi strategi Instagram dengan menyediakan platform yang lebih detail dan interaktif. Facebook menjadi pusat komunikasi, pembangunan komunitas, dan alat pemasaran yang kuat untuk memastikan INMAS TAILOR tidak hanya dikenal, tetapi juga dipercaya dan memiliki hubungan yang erat dengan pelanggannya.

4.4.4 Tiktok



Gambar 2.13 :Akun tiktok INMAS TAILOR

Berbeda dengan Instagram yang lebih berfokus pada foto-foto statis dan portofolio yang rapi, TikTok adalah platform yang didominasi oleh video pendek yang otentik dan menghibur.

Bagi INMAS TAILOR, TikTok menjadi alat yang sangat kuat untuk Menampilkan Proses, Bukan Hanya Hasil Akhir: Jika Instagram digunakan untuk memamerkan produk yang sudah jadi, TikTok memungkinkan Indah untuk menunjukkan "sisi lain" dari proses kreatif. Konten ini bisa berupa video singkat yang menampilkan proses pemotongan pola, menjahit detail rumit, atau pemasangan payet secara *time-lapse*. Konten "di balik layar" semacam ini sangat efektif untuk membangun kepercayaan dan menunjukkan keahlian serta ketelitian yang dimiliki.

- a. Menciptakan Cerita yang Emosional: Video pendek di TikTok dapat digunakan untuk menceritakan kisah di balik sebuah pesanan. Misalnya, video "sebelum dan sesudah" yang menunjukkan baju lama yang diubah menjadi busana yang modern, atau video yang menampilkan ekspresi bahagia pelanggan saat mencoba pakaian yang baru selesai dijahit. Konten semacam ini menciptakan ikatan emosional dengan audiens.
- b. Menjangkau Audiens Muda yang Lebih Luas: Populasi pengguna TikTok didominasi oleh anak muda yang sangat aktif dan responsif terhadap konten visual. Dengan membuat video yang relevan dengan tren *fashion* atau menggunakan audio yang sedang viral, INMAS TAILOR bisa menjangkau audiens yang mungkin belum tertarik pada konten Instagram atau Facebook.

Dengan menggabungkan media sosial yang lebih mapan seperti Instagram dan Facebook untuk portofolio, serta menggunakan TikTok untuk konten yang lebih dinamis dan otentik, INMAS TAILOR dapat membangun kehadiran digital yang kuat dan menjangkau berbagai segmen pelanggan secara lebih efektif. Ini adalah strategi yang sangat relevan untuk UMKM yang ingin berkembang di era digital.

Penggunaan media sosial yang cerdas dan konsisten memberikan dampak signifikan bagi pertumbuhan INMAS TAILOR:

- a. Meningkatnya Jumlah Pelanggan: Unggahan yang menarik dan testimoni positif secara bertahap berhasil mendatangkan pelanggan baru, yang pada awalnya menemukan INMAS TAILOR melalui media sosial.
- b. Penguatan Pemasaran dari Mulut ke Mulut (Word-of-Mouth): Media sosial mempermudah pelanggan untuk merekomendasikan INMAS TAILOR. Dengan membagikan foto pakaian mereka di akun pribadi, mereka secara tidak langsung menjadi "duta" yang mempromosikan usaha Indah kepada teman-teman dan pengikut mereka.
- c. Pengembangan Usaha: Keberhasilan strategi ini memungkinkan INMAS TAILOR untuk terus berkembang. Keuntungan yang didapat dari pesanan yang masuk melalui media sosial dapat diinvestasikan kembali untuk membeli peralatan yang lebih canggih, sehingga kualitas dan kecepatan layanan terus meningkat.
- d. Secara keseluruhan, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi bagi INMAS TAILOR, tetapi juga sebagai fondasi penting yang membangun identitas merek, kepercayaan pelanggan, dan jalur

komunikasi yang efisien di era digital.

INMAS TAILOR memanfaatkan Instagram, Facebook, dan TikTok untuk pemasaran digital. Media sosial ini berfungsi sebagai saluran dinamis untuk pemasaran, edukasi konsumen, dan pembangunan komunitas yang mendukung narasi keberlanjutan INMAS TAILOR. Keberadaan akun-akun ini penting untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan membangun interaksi dengan konsumen, sebagaimana studi terdahulu menemukan bahwa media sosial efektif dalam meningkatkan penjualan UMKM