

PENERAPAN PROJECT BASED LEARNING DALAM MATA KULIAH DIGITAL BISNIS FESYEN PADA MAHASISWA D4 TATA BUSANA SARJANA TERAPAN

Gina Eka Putri
Universitas Negeri Yogyakarta
ginaekaputri@uny.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengoptimalkan pembelajaran mahasiswa D4 tata Busana sarjana Terapan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta pada mata kuliah digital bisnis fesyen melalui penerapan metode pembelajaran dengan menerapkan pembelajaran berbasis proyek (*Project Based Learning*). Pengumpulan data digunakan dalam penelitian ini adalah deskripsi kualitatif yaitu memanfaatkan data kualitatif kemudian hasil temuan dijabarkan secara deskriptif. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa semester enam Program Studi D4 Tata Busana Sarjana Terapan di Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta sebanyak 34 orang. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa metode pembelajaran berbasis proyek (*Project Based Learning*) dapat menggali kemampuan dan potensi wirausaha mahasiswa D4 Tata Busana Sarjana Terapan di Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta dalam hal promosi, dan pemasaran produk berbasis vokasi menggunakan berbagai media digital berbasis online.

Kata kunci: project based learning, metode pembelajaran, digital bisnis fesyen

PENDAHULUAN

Salah satu keunggulan lulusan mahasiswa vokasi sarjana terapan dalam dunia kerja adalah mahasiswa mampu menentukan pilihan karir kerja mereka secara lebih leluasa ke dunia industri, maupun ke dunia usaha. Seiring dengan kemajuan teknologi, digital, dan informasi, mahasiswa memiliki berbagai preferensi pilihan kerja yang luas dengan berdasarkan kompetensi dan keahlian yang mereka kuasai. Mahasiswa D4 Tata Busana Sarjana Terapan D4 Tata Busana adalah mahasiswa sarjana terapan yang lulusannya memiliki kompetensi di bidang busana dan fesyen. Sesuai dengan kurikulum D4 Tata busana, lulusan mahasiswa D4 Tata busana adalah lulusan yang terampil melaksanakan kerja bidang tata busana berdasarkan analisis konsep dengan menerapkan IPTEK sehingga tepat dalam mengambil keputusan dan pengelolaan usaha biang busana. Adapun bidang kerja yang relevan dengan kompetensi tersebut antara lain, meliputi: desainer produk fesyen, pattern maker, fashion merchandiser, instruktur fesyen, dan wirausaha dalam bidang fesyen.

Salah satu preferensi bidang kerja mahasiswa program studi D4 Tata Busana Sarjana Terapan yang memiliki peluang besar untuk berkembang adalah kewirausahaan. Hal ini didukung dengan adanya berbagai mata kuliah berbasis penciptaan produk fesyen baik secara costume made maupun secara massal, dalam wujud produk maupun jasa, seperti: busana anak, busana wanita, desain fesyen, tailoring, sablon komputer, dan lain sebagainya. Mata kuliah tersebut juga didukung oleh mata kuliah berbasis kewirausahaan meliputi bisnis fashion, digital bisnis fesyen, perencanaan dan pengendalian produksi garmen, media branding, dan lain sebagainya. Dengan adanya mata kuliah-mata kuliah tersebut, diharapkan mampu membekali mahasiswa untuk menghasilkan produk vokasi sesuai bidang kompetensi keahliannya, serta mengembangkan kompetensi produksinya ke dalam ranah kewirausahaan. Dengan demikian, peluang pilihan kerja mahasiswa menjadi semakin luas, mampu mengisi lapangan kerja (sebagai wirausaha), serta mengatasi keterbatasan lapangan kerja selama ini.

Digital bisnis fesyen merupakan salah satu mata kuliah berbasis kewirausahaan yang berorientasi pada promosi dan penjualan produk bidang vokasi menggunakan media digital berbasis online. Seiring dengan berkembangnya teknologi, berbagai strategi promosi dan penjualan atas produk di bidang fesyen telah banyak mengalami perubahan dan perkembangan. Mahasiswa harus dapat mengikuti perubahan dan perkembangan tersebut agar produknya dapat dikenali dan berputar di pasaran. Oleh karena itu, mahasiswa harus dibekali kompetensi yang mengarahkan mereka pada kemampuan promosi dan penjualan produk fesyen secara online, sehingga kompetensi yang dihasilkan tidak sebatas sampai pada penciptaan, tetapi juga dapat dipasarkan dan dinikmati oleh masyarakat luas. Media digital berbasis online dapat memasarkan produk secara lebih luas, memiliki konsumen yang lebih tertarget (efektif), lebih efisien waktu, dan lebih murah. Media digital berbasis online ini tepat digunakan terutama bagi wirausaha pemula yang baru merintis usaha dengan berbagai keterbatasan akses maupun biaya. Beberapa media digital berbasis online yang saat ini marak digunakan, yaitu media sosial, dan e-commerce.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan terhadap mahasiswa D4 Tata Busana Sarjana terapan di UNY, beberapa kendala yang dialami mahasiswa dalam memulai berwirausaha

melalui media digital berbasis online, antara lain didominasi oleh : (1) mahasiswa tidak tahu bagaimana memulai berwirausaha menggunakan media digital berbasis online sebesar 35%; dan (2) mahasiswa tidak tahu cara mempromosikan dan memasarkan produk menggunakan media digital berbasis online sebesar 22%. Sementara itu, berdasarkan hasil survey ditemukan 35 mahasiswa (sebesar 60% mahasiswa) belum pernah memiliki pengalaman berwirausaha di bidang fesyen secara online, dan sejumlah 23 mahasiswa (sebesar 39,6%) pernah mencoba berwirausaha fesyen online. Berdasarkan hasil survey tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa D4 Tata Busana Sarjana terapan belum menggali kompetensi kewirausahaan mereka secara maksimal. Hal tersebut disebabkan oleh kurangnya pengetahuan, wawasan, keterampilan, serta pengalaman dalam hal promosi dan pemasaran melalui media digital berbasis online. Oleh karena itu, pengetahuan, wawasan, keterampilan, serta pengalaman dalam hal promosi dan pemasaran melalui media digital berbasis online perlu ditingkatkan. Pada mata kuliah digital bisnis fesyen mahasiswa akan belajar dan meningkatkan kompetensi mereka dalam hal bagaimana produk vokasi dan turunannya dapat dipasarkan melalui media digital berbasis online yang sedang trend saat ini.

Pembelajaran berbasis proyek (*Project Based Learning*) merupakan metode pembelajaran dengan menerapkan proyek sebagai dasar suatu pembelajaran. Mahasiswa akan terjun dan mengalami langsung serangkaian tugas kompleks berdasarkan permasalahan yang ditemukan, kemudian peserta didik menemukan solusi dari permasalahan, pengambilan keputusan, atau melakukan aktivitas investigasi, sehingga memberikan peluang bagi peserta didik bekerja secara mandiri dalam periode waktu tertentu dan diakhiri dengan presentasi produk yang realistis. Pembelajaran berbasis proyek tepat diterapkan pada topik-topik di dalam mata kuliah yang bersifat praktik. Mahasiswa akan belajar melalui permasalahan yang secara nyata muncul di lapangan dan mencoba menyelesaikan permasalahan tersebut sesuai kondisi kenyataan yang ada. Dengan demikian, solusi atas permasalahan tersebut dapat terbukti secara nyata menyelesaikan permasalahan-permasalahan di lapangan.

Berdasarkan paparan yang telah disampaikan di atas, maka peneliti tertarik untuk menerapkan pembelajaran berbasis proyek (*Project based learning*) sebagai metode

pembelajaran mahasiswa D4 Tata Busana Sarjana Terapan pada mata kuliah Digital Bisnis Fesyen. Artikel ini akan menjelaskan tahapan pembelajaran mata kuliah digital bisnis fesyen dengan menggunakan metode pembelajaran berbasis proyek (*Project based learning*) dan bagaimana metode ini dapat menggali kemampuan dan potensi wirausaha mahasiswa dalam hal promosi dan pemasaran produk-produk fesyen melalui media digital berbasis online.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui studi pustaka, observasi dan pengamatan mendalam terhadap mahasiswa atas data-data yang berkaitan dengan potensi dan kemampuan wirausaha mahasiswa melalui media digital berbasis online. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa program studi D4 Tata Busana Sarjana Terapan di Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta, Kampus Wates. Jumlah subjek penelitian adalah 34 mahasiswa. Penelitian dilaksanakan selama periode semester genap (IV) tahun pelajaran 2021-2022 pada bulan Januari- April 2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Richards & Rodgers (1986) mendefinisikan belajar sebagai proses memperoleh informasi berupa pengetahuan, dan keterampilan melalui pengalaman dan instruksi (melakukan sesuatu). Pendapat serupa disampaikan oleh Djameludin & Wardana (2019) bahwa belajar adalah suatu upaya yang dilakukan individu untuk mendapatkan perubahan tingkah laku dalam bentuk pengetahuan, keterampilan, sikap, dan nilai-nilai positif melalui suatu pengalaman. Austin, Orcutt, & Rosso (2001: 12) menjelaskan "*Learning is a process of drawing connections between what is already known or understood and new information*". Belajar adalah proses asimilasi pengetahuan lama (yang telah dimiliki) dengan pengetahuan baru sehingga menghasilkan informasi baru.

Definisi belajar disampaikan oleh Schunk (2012) yaitu "*Learning involves acquiring and modifying knowledge, skills, strategies, beliefs, attitudes, and behaviours*". Belajar dimaknai sebagai suatu proses, tidak hanya proses memperoleh informasi, tetapi juga proses memodifikasi informasi, keterampilan, strategi, bahkan keyakinan, sikap dan perilaku

seseorang. Perubahan individu yang mengalami proses belajar dimulai dari tidak tahu menjadi tahu, melalui pengalaman satu menuju pengalaman berikutnya. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Shunck (2012: 4) bahwa “*learning involves change, learning endures over time, learning occurs through experiences*”. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa belajar adalah suatu upaya yang dilakukan oleh individu untuk memperoleh informasi baru, dan memodifikasi informasi tersebut, sehingga terjadi perubahan tertentu dari segi pengetahuan, keterampilan, nilai, keyakinan, dan sikap yang berdampak pada pengambilan keputusan atau kinerja di masa yang akan datang. Proses belajar berarti dimaknai sebagai durasi waktu tertentu yang digunakan. Proses belajar diperoleh melalui banyak hal, termasuk diantaranya melalui instruksi dan pengalaman langsung.

Sulistyorini (2021) menjelaskan bahwa proses belajar yang efektif dapat diperoleh melalui tiga hal, yaitu : (1) melibatkan pembelajar dalam setiap proses pembelajaran; (2) pembelajar mengalami sendiri proses melakukan sesuatu, menemukan/ membuat sesuatu; dan (3) keaktifan pembelajar untuk berkomunikasi sehingga terjadi pertukaran informasi. Jeyaraj

(2019: 8) mendefinisikan belajar efektif sebagai berikut “*Effective learning is a process in which learners relate new experience to present experience and assimilate new ideas*”. Belajar yang efektif adalah proses belajar yang mampu menghubungkan pengalaman baru dengan pengalaman yang sedang dialami dan menggabungkan gagasan-gagasan baru. Selanjutnya, Jeyaraj (2019) menjelaskan pembelajaran efektif dapat dicapai melalui empat cara, yaitu : belajar dengan cara ditunjukkan, belajar dengan cara diberitahu, belajar melalui konstruksi makna, dan belajar melalui komunitas penghasil pengetahuan tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa belajar efektif diperoleh melalui empat hal, yaitu : (1) melibatkan pembelajara dalam proses belajar, (2) pembelajar mengalami secara langsung melakukan sesuatu; (3) pembelajar aktif melakukan eksplorasi melalui berbagai sumber informasi; dan (4) pembelajar menghubungkan pengetahuan, keterampilan baru yang telah diperoleh terhadap pengalaman yang sedang dialami.

Proses belajar pada pendidikan tinggi vokasi tidak dapat terlepas dari peran pengajar dalam menerapkan metode pembelajaran selama proses kegiatan belajar mengajar. Jerajay

(2019) mengemukakan bahwa terhadap hubungan antara proses belajar yang efektif dengan kualitas pembelajaran yang diterapkan oleh pengajar. Dengan kata lain, metode pembelajaran yang diterapkan oleh pengajar memberikan kontribusi terhadap kualitas pembelajaran yang efektif. Pendidikan vokasi adalah pendidikan yang diselenggarakan dengan tujuan mempersiapkan lulusan untuk dapat bekerja berdasarkan bidang kompetensi/ keahlian tertentu di dunia kerja maupun di dunia usaha. Hal tersebut dijelaskan di dalam Undang-undang No 20 Tahun 2003 pasal 15 bahwa pendidikan vokasi merupakan pendidikan yang mempersiapkan peserta didik untuk memiliki pekerjaan dengan keahlian terapan tertentu maksimal setara dengan program sarjana. Pendidikan vokasi jalur formal meliputi: politeknik, program diploma (D1, D2, D3, D4/ Sarjana Terapan), dan sejenisnya. Indikator keberhasilan pendidikan vokasi salah satunya diukur dari lulusan yang dapat diterima di dunia kerja dan berwirausaha (kemdikbud ditjen Pendidikan Vokasi, 2020). Pada pendidikan vokasi, formulasi pembelajaran menerapkan skema 60-70% praktik dan 30-40% teori. Berdasarkan hal tersebut tersebut, maka pengajar perlu menerapkan metode pembelajaran yang relevan dengan tujuan diselenggarakannya pendidikan vokasi.

Digital Bisnis fesyen merupakan salah satu mata kuliah praktik program studi D4 Tata Busana yang berisikan konsep dasar dan keterampilan dalam mengembangkan bisnis fesyen melalui berbagai media digital, utamanya media digital berbasis online. Metode pembelajaran dipilih berdasarkan atas Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) dan Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) di dalam Rancangan Pembelajaran Semester (RPS) pada mata kuliah tersebut. CPL mata kuliah Digital Desain fesyen meliputi: (1) Aspek Sikap: Menunjukkan sikap terpercaya (berintegritas, responsif, profesional, dan berperilaku sesuai etika profesi industri busana; (2) Apek Pengetahuan: Menguasai pengetahuan konsep teoritis secara umum bidang entrepreneurship dalam melakukan analisis promosi publikasi produk fesyen baik secara offline maupun online; (3) Aspek Keterampilan Khusus: Mampu mempublikasikan inovasi busana melalui berbagai media branding; dan (4) Aspek Keterampilan Umum: mampu menyusun laporan hasil dan proses kerja secara akurat dan sah serta mengomunikasikan secara efektif kepada pihak lain yang membutuhkan. Berdasarkan poin-poin tersebut, Capaian

Pembelajaran Lulusan pada digital bisnis fesyen secara garis besar beorientasi pada kemampuan mahasiswa dalam menerapkan konsep teoritis dan keterampilan dalam kewirausahaan bidang busana melalui di berbagai media digital untuk kepentingan promosi dan pemasaran produk dan branding, serta mampu melakukan evaluasi secara lisan dan tertulis) atas segala aktivitas di dalam kewirausahaan.

Adapun CPMK mata kuliah Digital Desain fesyen meliputi mahasiswa : (1) mampu memahami konsep dasar dan ruang lingkup digital bisnis fesyen; (2) mampu menerapkan media sosial sebagai media promosi dan branding digital bisnis fesyen berbasis online; (3) mampu menerapkan e-commerce sebagai media promosi, dan pemasaran digital bisnis fesyen berbasis online; (4) mampu melakukan evaluasi secara mandiri dalam penerapan berbagai media digital berbasis online pada digital bisnis fesyen secara lisan dan tertulis. Berdasarkan uraian tersebut, maka luaran yang dihasilkan dari mata kuliah tersebut meliputi: media digital sebagai media promosi dan pemasaran produk fesyen, serta laporan evaluasi. Berdasarkan analisis terhadap CPL dan CPMK telah disampaikan di atas, pengajar perlu menentukan metode pembelajaran yang tepat, sehingga CPL dan CPMK dapat tercapai selama proses belajar mengajar.

Metode Belajar *Project based Learning* (PjBL) atau pembelajaran berbasis proyek merupakan pembelajaran dimana pembelajaran terpusat pada peserta didik untuk membangun dan mengaplikasikan konsep dari proyek yang dihasilkan dengan mengeksplorasi dan memecahkan masalah di dunia nyata secara mandiri (Afriana, 2015). Goodman & Stivers (2010) menjelaskan definisi pembelajaran berbasis proyek sebagai pendekatan pengajaran yang dibangun di atas kegiatan pembelajaran dan tugas nyata yang memberikan tantangan bagi peserta didik terkait dengan kehidupan nyata. Thomas (2000) menjelaskan bahwa pembelajaran berbasis proyek adalah model pembelajaran yang disusun berdasarkan proyek. Lebih lanjut, Thomas (2001: 1) menjelaskan tentang pembelajaran berbasis proyek sebagai berikut.

“Projects are complex tasks, based on challenging questions or problems, that involve students in design, problem-solving, decision making, or investigative activities, gives students

the opportunity to work relatively autonomously over extended periods of time; and culminate in realistic products or presentations”.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa proyek merupakan serangkaian tugas kompleks berdasarkan permasalahan yang ditemukan, kemudian peserta didik menemukan solusi dari permasalahan, pengambilan keputusan, atau melakukan aktivitas investigasi, sehingga memberikan peluang bagi peserta didik bekerja secara mandiri dalam periode waktu tertentu dan diakhiri dengan presentasi produk yang realistis. Berdasarkan hal tersebut disimpulkan bahwa pembelajaran berbasis proyek adalah metode pembelajaran berbasis proyek dimana peserta didik mengerjakan serangkaian tugas kompleks melalui pengalaman langsung secara mandiri dengan menerapkan konsep dan teori yang telah dipelajari, dan memodifikasinya untuk kepentingan penyelesaian masalah tersebut. Dengan cara demikian, peserta didik akan menemukan pengetahuan dan keterampilan baru yang dapat diterapkan pada pengalaman berikutnya.

Proyek berbasis proyek memiliki lima karakteristik utama, yaitu: (1) proyek bersifat terpusat dan merupakan bagian di dalam kurikulum, artinya siswa belajar sesuatu di dalam kurikulum; (2) proyek difokuskan pada pertanyaan/ masalah yang mendorong peserta didik mempelajari konsep dan prinsip inti dari topik kurikulum; (3) proyek melibatkan peserta didik pada penyelidikan konstruktivisme; (4) proyek berpusat pada peserta didik dengan mengutamakan kemandirian, pilihan, durasi kerja, fleksibilitas, dan tanggungjawab; (5) proyek bersifat realistis dalam kehidupan nyata, dan bukan merupakan simulasi sekolah (Thomas, 2001). Larmer (2015) bahwa pembelajaran berbasis proyek memfasilitasi siswa untuk belajar dengan kualitas lebih mendalam daripada model pembelajaran bersifat konvensional lainnya, dan siswa mampu memahami dan menerapkan ilmu sesuai dengan kenyataan di dunia kerja dan usaha. Jackson (2012) menyampaikan bahwa pembelajaran berbasis proyek melibatkan kemampuan siswa untuk menyelesaikan masalah pada disiplin ilmu tertentu berdasarkan masalah yang muncul di kehidupan nyata. Berdasarkan karakteristik tersebut, maka dapat disimpulkan model pembelajaran ini dapat diterapkan saat pengajar ingin mengkondisikan pembelajaran berpusat pada peserta didik, dan pengajar ingin

mengembangkan kemampuan berpikir kreatif atas konsep-konsep teori yang telah dipelajari atas suatu permasalahan di dalam suatu proyek.

Arifna (2015) menjelaskan bahwa tahap-tahap pembelajaran berbasis proyek, yaitu (1) memulai proyek dari pertanyaan atas permasalahan mendasar; (2) pengajar dan peserta didik secara kolaboratif menyusun desain proyek untuk menjawab pertanyaan atas permasalahan; (3) pengajar dan peserta didik secara kolaboratif menyusun jadwal kegiatan untuk menyelesaikan proyek dalam periode (durasi) waktu tertentu; (4) monitoring kemajuan peserta didik secara berkala; (5) Penilaian hasil untuk mengukur ketercapaian peserta didik. Sementara Doppelt (2005) menjelaskan enam tahapan pembelajaran berbasis proyek ke dalam konsep *Creative Design Process* (CDP), yaitu (1) merancang desain proyek berdasarkan analisis masalah dan kebutuhan; (2) menentukan bidang penyelidikan melalui proses pencarian informasi, identifikasi dari aspek teknik, sains, dan sosial, serta menyusun informasi; (3) peserta didik mengajukan alternatif solusi atas permasalahan melalui gagasan-gagasan kreatif; (4) peserta didik memilih dari preferensi solusi berdasarkan pertimbangan kelebihan dan kekurangannya; (5) melaksanakan kegiatan proyek; dan (6) evaluasi. Berdasarkan teori yang disampaikan para ahli di atas disimpulkan bahwa tahapan di dalam pembelajaran berbasis proyek setidaknya meliputi 5 tahapan, yaitu: (1) Mengajukan pertanyaan mendasar atas suatu permasalahan mendasar atas suatu topik; (2) mahasiswa melakukan proses pencarian informasi, penyelidikan, dan mengajukan beberapa alternative dari beberapa preferensi untuk dipilih solusi terbaik melalui bergagai pertimbangan keunggulan dan kelemahan untuk menjawab pertanyaan/ permasalahan mendasar yang diajukan; (3) perancangan desain proyek berdasarkan pertanyaan permasalahan (3) pelaksanaan proyek (4) monitoring kemajuan proyek (5) evaluasi proyek, dimana setiap tahapan proyek berpusat pada peserta didik, sementara pengajar sebagai fasilitator. Dengan demikian, peserta didik akan menemukan pengetahuan, keterampilan, serta pengalaman baru secara langsung yang dapat digunakan untuk pengalaman-pengalaman pada tingkat berikutnya.

Hasil yang dicapai mahasiswa setelah menerapkan metode pembelajaran berbasis projek/ Project Based Learning (PjBL) pada mata kuliah digital bisnis fesyen secara umum sangat baik dan menunjukkan potensi serta kemampuan mahasiswa dalam mengelola usaha menggunakan media digital berbasis online, khususnya dalam hal promosi dan pemasaran. Hasil penilaian akhir berasal dari penilaian proses (monitoring kemajuan dalam projek), dan penilaian akhir. Penilaian proses diperoleh melalui pengamatan dan evaluasi projek yang dilakukan secara berkala. Evaluasi secara berkala per pertemuan dilakukan dengan tujuan melihat dan mengamati kemajuan mahasiswa selama proses mengerjakan projek.

Tahapan Pembelajaran Berbasis Proyek mengacu pada Doppelt (2005) dan Arifna (2015) di dalam pembelajaran mata kuliah Digital Bisnis Fesyen adalah sebagai berikut.

1. Dosen mengajukan pertanyaan mendasar dan/ atau permasalahan mendasar kepada mahasiswa terkait dengan bagaimana strategi menjalankan/ mengembangkan bisnis atau usaha fesyen secara digital yang mampu menjangkau pasar luas, efektif, dengan biaya yang efisien bagi usaha pemula maupun menengah. Salah satu kendala usaha/ bisnis tidak berjalan dengan baik adalah produk yang telah dibuat kurang menjangkau pasar secara luas, konsumen kurang tertarget sehingga penjual dan pembeli tidak bertemu, dan biaya promosi yang tidak murah.
2. Mahasiswa mengumpulkan informasi dan membuat daftar list media yang dapat diterapkan untuk menjalankan/ mengembangkan bisnis fesyen secara digital. Media digital diperlukan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas usaha. Mahasiswa mengasosiasi informasi dan menyusun daftar media digital yang dapat memenuhi ketentuan pasar konsumen luas, efektif, dan efisien biaya, sehingga diperoleh media digital berbasis online, yaitu media sosial, dan e-commerce. Mahasiswa melakukan filterisasi dan pengamatan media sosial mana yang akan disasar, serta e-commerce yang potensial untuk dimasuki di dalam pembelajaran dengan cara mempelajari masing-masing keunggulan dan kelemahan masing-masing media sosial dan e-commerce. Media sosial dan e-commerce yang dipilih adalah media terbaik dengan user (pengguna) terbesar, sehingga dapat menjangkau pasar/

konsumen yang juga besar. Berdasarkan hasil filterisasi dan pengamatan, maka diperoleh media sosial yang potensial yaitu Instagram dan Youtube, karena memiliki user terbesar saat ini, dan memiliki banyak fitur promosi gratis yang dapat digunakan. Sementara ecommerce diperoleh Shopee sebagai e-commerce dengan jumlah user terbesar dan metode transaksi teraman. Kedua media ini nantinya akan digunakan sebagai media pembelajaran di dalam proyek mahasiswa dalam berwirausaha dengan menggunakan media digital berbasis proyek. Mahasiswa bersama dosen merancang proyek dan menyusun jadwal perkembangan proyek tentang strategi mengembangkan bisnis atau usaha fesyen dengan menggunakan media digital berbasis online yaitu media sosial Instagram dan youtube, serta e-commerce shopee sebagai media promosi dan pemasaran yang efektif dan efisien.

3. Pelaksanaan proyek diawali dengan membagi proyek menjadi beberapa sub proyek yang saling terintegrasi. Oleh karenanya, durasi per sub proyek harus dibagi sesuai dengan durasi pembelajaran selama satu semester. Sub proyek pertama mahasiswa memantapkan jenis bisnis/usaha yang akan digunakan di dalam proyek ini melalui presentasi perencanaan bisnis. Sub Proyek kedua, melakukan peluncuran produk, pengenalan produk dan branding melalui media sosial Instagram. Mahasiswa membuat akun instagram bisnis yang memuat foto display produk, keterangan display produk, branding usaha melalui font, pemilihan atmosfer toko online, logo brand, dan tagline brand. Fasilitas di dalam media sosial Instagram tersebut sangat tepat digunakan sebagai media pengenalan brand pada konsumen, sekaligus sebagai media promosi atas brand baru. Promosi gratis melalui Instagram dapat dijangkau melalui berbagai postingan produk dalam bentuk postingan, story, dan reels secara gratis. Oleh karenanya, mahasiswa juga diminta untuk membuat berbagai versi postingan untuk menarik follower sebagai representasi calon konsumen mereka. Sub proyek ketiga, mahasiswa membuat akun youtube yang digunakan untuk mereview produk yang dipasarkan. Review produk melalui youtube digunakan sebagai sarana promosi video dengan durasi yang lebih panjang, serta menarik pasar pengguna yang ada di platform

Youtube. Sub proyek keempat yaitu melakukan promosi, pemasaran, dan transaksi jual beli melalui e-commerce sebagai media jual beli dengan pengguna terbesar di Indonesia. Ketiga jenis media tersebut harus terintegrasi antara satu dengan yang lain, sehingga follower (sebagai calon konsumen) dapat saling melengkapi. Integrasi antar platform tersebut memungkinkan follower sebagai calon konsumen memperoleh kesempatan berpindah dari satu platform ke platform lain untuk mendapatkan pengalaman berbelanja yang lebih baik.

4. Pada setiap sub proyek dosen melakukan pendampingan sebagai fasilitator dan evaluator. Mahasiswa dipantau perkembangannya pada setiap sub proyek sehingga mahasiswa dapat menjalankan sub proyek sesuai dengan target durasi yang telah ditentukan. Apabila ditemukan kendala selama di dalam pelaksanaan proyek, maka kendala tersebut didiskusikan bersama dengan dosen di dalam tatap muka untuk ditemukan solusi bersama.
5. Evaluasi dilakukan pada setiap tatap muka per minggu per individu. Hasil keempat sub proyek tersebut selanjutnya didokumentasikan dan dilaporkan secara tertulis dalam bentuk laporan. Laporan berisi tentang perkembangan usaha yang dilakukan dengan menggunakan media digital berbasis online tersebut. Kendala dan solusi selama proyek berlangsung disampaikan sebagai bagian dari evaluasi.

Penggunaan metode pembelajaran berbasis proyek memiliki berbagai keunggulan. Proyek dilakukan sesuai kondisi nyata di lapangan. Sehingga, kendala yang ditemukan adalah kendala nyata yang dihadapi di dunia usaha, seperti bagaimana mengadakan produk, mempromosikan produk, berkomunikasi dengan konsumen, menarik konsumen agar melakukan pembelian, dan lain sebagainya. Pada proyek mata kuliah digital bisnis fashion, mahasiswa ditantang untuk memasarkan produk pada konsumen nyata, sehingga, upaya branding yang diciptakan, dan display produk yang ditampilkan akan mendapatkan respon nyata dari konsumen. Setiap respon yang dihasilkan konsumen nyata, bisa sangat berbeda-beda dan menjadi tantangan tersendiri bagi mahasiswa. Produk dengan tampilan display yang menarik, branding yang matang akan mendatangkan konsumen dan penjualan.

Beberapa kendala umum yang ditemukan mahasiswa selama proyek berlangsung antara lain berkaitan dengan modal untuk pengadaan produk yang dijual. Berdasarkan kendala tersebut, mahasiswa dapat mengupayakan dengan cara metode pengadaan berupa *made by order*, sehingga barang hanya akan dibuat saat ada pesanan. Alternatif lainnya, bagi mahasiswa yang sama sekali tidak bisa menjangkau modal, bisa memulai sebagai reseller terlebih dahulu. Jenis usaha bersifat *made by order*, sampel produk perlu dibuat beberapa item tergantung tingkat kesulitan sebagai modal display produk. Kendala lainnya yaitu produk display belum mendatangkan konsumen, maka mahasiswa melakukan evaluasi meliputi kualitas display produk, kematangan branding, relevansi harga dengan produk, atau intensitas promosi yang dilakukan. Mahasiswa ditantang untuk terus melakukan perbaikan, sehingga sampai pada saat mendatangkan konsumen dan penjualan produk. Dengan demikian, capaian pembelajaran mahasiswa tercapai dalam kondisi nyata di lapangan.

SIMPULAN

Pembelajaran berbasis proyek adalah salah satu metode belajar yang menekankan proyek sebagai sarana belajar mahasiswa. Proyek berdasarkan situasi nyata di lapangan sehingga kendala yang dihadapi, adalah kendala riil dihadapi di lapangan. Metode pembelajaran ini tepat diterapkan pada mata kuliah berbasis praktik. Proyek yang diberikan bertujuan untuk menjawab pertanyaan atau permasalahan utama pada suatu topik, sehingga mahasiswa belajar untuk mencari berbagai alternatif solusi atas berbagai permasalahan tersebut berdasarkan situasi nyata. Pembelajaran berbasis proyek melatih mahasiswa untuk mengkombinasikan pengetahuan dasar yang telah mereka miliki, dengan pengetahuan baru yang diperoleh selama mengerjakan proyek untuk menyelesaikan berbagai permasalahan yang ada. Hal tersebut dikarenakan metode pembelajaran berbasis proyek memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) proyek bersifat terpusat dan merupakan bagian di dalam kurikulum, (2) proyek berbasis pada pertanyaan dan permasalahan utama, (3) proyek melibatkan peserta didik, (4) proyek berorientasi pada peserta didik, dan (5) proyek bersifat realistis dalam kehidupan nyata.

Berdasarkan hasil pembelajaran mata kuliah Digital Bisnis Fesyen dengan menerapkan metode pembelajaran berbasis proyek ditemukan bahwa metode pembelajaran terbukti mampu menggali kemampuan dan potensi wirausaha mahasiswa D4 Tata Busana Sarjana Terapan di Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta dalam hal promosi, dan pemasaran produk berbasis vokasi menggunakan berbagai media digital berbasis online, yaitu media sosial dan ecommerce. Mahasiswa merasakan langsung pengalaman berwirausaha mulai dari awal usaha, melakukan promosi dan pemasaran untuk mengenalkan produk kepada konsumen (branding), melakukan transaksi dengan calon konsumen, dan penjualan produk secara langsung kepada konsumen riil melalui media digital berbasis online. Berbagai kendala yang ditemukan di dalam proyek seperti kendala dalam menarik intensi konsumen atas produk yang ditawarkan, berkomunikasi dengan calon konsumen, bertransaksi, dan menjaga ketersediaan produk, dapat memiliki perlakuan yang berbeda-beda meskipun dalam kasus yang sama. Pengalaman tersebut hanya dapat diperoleh mahasiswa dengan cara terjun langsung dalam mempromosikan produk secara online melalui pembelajaran berbasis proyek.

Pembelajaran berbasis proyek terbukti mampu menggali kemampuan dan potensi wirausaha mahasiswa D4 Tata Busana melalui luaran yang dicapai oleh mahasiswa, yaitu berupa akun media sosial bisnis dan akun e-commerce. Setiap mahasiswa memiliki akun media sosial bisnis (instagram) yang secara aktif digunakan untuk promosi dan branding produk, platform youtube untuk review produk, dan e-commerce sebagai media transaksi bisnis secara digital. Penilaian akhir dari proyek ini adalah kelengkapan konten media (branding dan promosi), keaktifan setiap media, jumlah follower, dan jumlah penjualan dalam periode satu semester. Luaran secara tertulis adalah laporan perkembangan proyek selama proses pengerjaan proyek dan evaluasi atas kendala yang ditemukan selama pengerjaan proyek.

DAFTAR PUSTAKA

- Richard, J. C., & Rodgers, T. S. (1986). *Approaches and Methods in Language Teaching*. In Cambridge University Press. <https://doi.org/10.3138/cmlr.44.3.551>
- Djamaluddin, Ahdar & Wardana. (2019). Belajar dan Pembelajaran, 4 Pilar Peningkatan Kompetensi Pedagogis. Sulawesi Selatan: CV. Kaaffah Learning Center.
- Schunk, Dale H. (2012). *Learning Theories: An Education Perspective, Sixth Edition*. Pearson: Boston.
- Sulistyorini. (2021). Penerapan Cooperatif Learning dalam Pengajaran Speaking pada Materi Asking for & Giving Opinion. Jurnal Ilmiah WUNY. <https://doi.org/10.21831/jwuny.v3i2.43083>.
- Kemdikbud Ditjen Pendidikan Vokasi. (2020). Rencana Strategis Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi Tahun 2020-2024. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi.
- Thomas, John W. (2000). *A Review of Research on Project-Based Learning*. California: The Autodesk Foundation.
- Afriana, Jaka. (2015). Project Based Learning (PjBL). Makalah untuk Tugas Mata kuliah Pembelajaran IPA Terpadu. Program Studi Pendidikan IPA Sekolah Pascasarjana. Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Larmer, John, Mergendoller, John, Boss, Suzie. (2015). *Setting The Standard for Project Based Learning*. Alexandria: ASCD.
- Goodman, Brandon and Stivers, J. (2010). *Project Based Learning. Educational Psuchology*. ESPY 505.
- Jeyaraj, John Sekar. (2019). *Effective Learning and Quality Teaching*. SSRN Electronic Journal, Vol. 57 (35), Hal 30-35. DOI:10.2139/ssrn.3486348.