

ABSTRAK

Rizky Ramadhan : **Perkembangan Usaha Konveksi di Kampung
Rancamalang Desa Margaasih 1998-2021**

Perekonomian merupakan sumber dari kebutuhan setiap manusia untuk memenuhi tatanan kehidupan sehari-hari. Salah satunya yaitu industri konveksi merupakan salah satu bisnis di bidang *Fashion*, dari bahan baku menjadi barang jadi berupa penutup perlindungan badan, kesopanan, dan daya tarik seseorang.

Penelitian ini yang *pertama* untuk mengetahui Profil Kawasan Usaha Konveksi di Kampung Rancamalang, Desa Margaasih, Kecamatan, Margaasih, Kabupaten Bandung. *Kedua* Mengetahui tentang Perkembangan Industri Konveksi dari pelaku konveksi, proses produksi dan pergeseran pemasaran tradisional ke pemasaran online di Kampung Rancamalang Desa Margaasih Kecamatan Margaasih Kabupaten Bandung tahun 1998-2021

Penelitian ini dilaksanakan melalui beberapa tahap, dimulai dengan tahap heuristik untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber, termasuk dokumen dan wawancara. Tahap kritik kemudian dilakukan untuk memverifikasi data. Langkah berikutnya adalah peneliti melakukan tahap interpretasi, yaitu memperkuat makna atau penafsiran. Tahap terakhir adalah historiografi, yang mencakup penulisan hasil penelitian sesuai dengan penelusuran terhadap objek kajian industri konveksi di Kampung Rancamalang.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kemunculan industri konveksi di Kampung Rancamalang disebabkan oleh peralihan mata pencaharian dari sektor pertanian, dan usaha genteng ke sektor industri konveksi. Perubahan ini terjadi karena masyarakat ingin meningkatkan taraf ekonomi mereka. Masuknya konveksi di Kampung Rancamalang sekitar tahun 1985-1990, pencetus pelaku konveksi pertama yaitu, Haji Dayat, Bapak Omi (Alm.), Haji Atang (Alm.) dan Haji Jajang. Produksi pertama di Konveksi Kampung Rancamalang hanya membuat jas hujan dari plastik saja. Seiring berjalannya waktu dan banyaknya permintaan dari konsumen, model-model yang di produksi kini banyak variasi seperti Jaket Nascar, Jaket Bomber, Jaket Hoodie, Jaket Outdoor, dan yang lainnya. Produk-produk tersebut menjadi salah satu pemasok utama di pasar offline atau tradisional, seperti Tanah Abang Jakarta, Pasar Baru Bandung, dan Pasar Andir. Seiring berjalannya waktu pergeseran strategi pemasaran pun berubah dari yang *offline* hingga ke dunia *online* untuk meningkatkan penjualannya, para pelaku konveksi memanfaatkan media sosial seperti Shoppe, Lazada, dan TiktokShop.