

Perancangan Busana *Activewear* untuk Olahraga *Bouldering* Bagi Wanita Urban yang Terinspirasi dari Karst Citatah

Dara Aulia Murtiani¹, Rima Febriani²

¹Telkom University, Fakultas Industri Kreatif – Kriya, Bandung, Indonesia

²Telkom University, Fakultas Industri Kreatif – Kriya, Bandung, Indonesia

daramurtiani@gmail.com, rimafebriani@telkomuniversity.ac.id

Abstrak Gaya hidup sehat telah menjadi tren pada masyarakat yang berdampak pada meningkatnya permintaan pasar gaya hidup sehat terutama pada aktivitas *outdoor sports*. Terdapat beberapa aktivitas *outdoor sports* yang digemari oleh masyarakat urban, salah satunya adalah *bouldering* karena sudah banyak *gym* dan fasilitas *bouldering* lainnya di daerah perkotaan. Namun, produsen serta *brand* lokal busana *activewear* yang mendukung aktivitas tersebut masih minim, terutama untuk wanita urban yang tidak terlalu mementingkan fungsional tetapi *leisure* saat mengenakan busana *activewear*. Penelitian ini bertujuan untuk merancang busana *activewear* yang lebih bervariasi dari segi desain, material, dan warna berdasarkan *trend forecasting* yang ada pada busana *activewear* untuk menciptakan strategi bisnis. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif serta pengumpulan data dengan melakukan observasi lapangan pada *brand* pembanding serta *brand* referensi, studi literatur pada buku serta jurnal untuk mendapatkan sejarah dan teori pendukung penelitian, dan eksplorasi *digital printing* motif pada tekstil. Maka dari itu, penulis melihat peluang bisnis yang ada dari fenomena tersebut dengan menggunakan *business model canvas* untuk mendukung perancangan busana *activewear* yang terinspirasi dari Karst Citatah, Bandung yang memiliki nilai sejarah, budaya dan cikal bakal *climbing* modern di Indonesia.

Kata Kunci gaya hidup sehat, *bouldering*, *activewear*, karst, *textile digital printing*

1. Pendahuluan

Tren gaya hidup sehat yang kian populer di berbagai kelompok konsumen berdampak pada pasar gaya hidup sehat yang kian meningkat, terutama pada aktivitas *outdoor sports* [3]. Tren *outdoor sports* semakin populer dan bervariasi dari waktu sebelumnya. Olahraga-olahraga tersebut semakin populer dengan adanya peningkatan jumlah aktivitas *outdoor sports* yang telah bisa dilakukan di dalam ruangan terutama pada area urban, salah satunya adalah *bouldering*. [4]

Tren tersebut bahkan bisa dilihat di pasar Indonesia

dengan munculnya beberapa *local brand* yang berfokus memproduksi produk untuk aktivitas *bouldering*, seperti Avtech, Eiger, Rei, dll. Namun, produk yang disajikan oleh *brand-brand* tersebut masih terbatas pemilihannya bagi para pelaku aktivitas *bouldering* yang membutuhkan busana yang nyaman dan menarik dari segi material, desain, dan warna, serta produk yang disajikan oleh *brand-brand* tersebut masih sering ditemukan di pasar yang tidak berfokus memproduksi busana untuk *bouldering*.

Maka dari itu, penulis melihat peluang bisnis yang berpotensi baik dari masalah keterbatasan pilihan yang disajikan *local brand* terhadap busana *activewear* untuk

jenis olahraga *bouldering* yang tidak seimbang dengan kebutuhan pasar dan tren yang terus meningkat di Indonesia. Busana *activewear* yang nantinya akan memberikan keleluasaan bagi pengguna untuk bergerak aktif dengan pemilihan material, desain dan warna berdasarkan buku ISPO Textrends Fall Winter 2020/2021 dengan sentuhan budaya nusantara yang terinspirasi oleh keindahan alam Karst Citatah. Menerjemahkan inspirasi karst daerah setempat sebagai motif pada busana. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengidentifikasi masalah mengenai bagaimana cara memanfaatkan tren dan kebutuhan pasar busana *activewear* yang terus meningkat menjadi sebuah rancangan koleksi dengan mengeksplorasi material, warna, dan desain busana *activewear*, berdasarkan buku ISPO Textrends Fall Winter 2020/2021 yang terinspirasi dari Karst Citatah, mengoptimalkan potensi bisnis busana *activewear* pada pasar serta tren olahraga *bouldering* tersebut.

2. Metodologi

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif berdasarkan analisis studi literatur, observasi, wawancara, survei, dan eksplorasi yang berkaitan dengan objek penelitian. berfokus memproduksi busana untuk *bouldering*.

Studi literatur yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data dari sumber-sumber tersebut mengenai tren gaya hidup sehat, strategi *digital marketing*, *target market*, busana *activewear*, *treatment material lycra*, dan komunitas olahraga *bouldering*.

Observasi yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara tidak langsung melalui internet mengenai realisasi pembuatan produk penelitian melalui artikel, gambar, atau video yang bertujuan untuk mengumpulkan data mengenai gaya hidup, perilaku serta kebutuhan yang diperlukan komunitas olahraga *bouldering* melalui wawancara.

3. Hasil dan Analisis

3.1. Analisis Data

Berawal dari mengidentifikasi fenomena tren gaya hidup sehat yang terus meningkat di masyarakat urban, terutama pada aktivitas *outdoor sports*. Penulis menganalisa

bagaimana tren ini bisa muncul dan apa saja aktivitas *outdoor sports* yang sedang digemari di masyarakat melalui studi literatur.

3.2. Eksplorasi

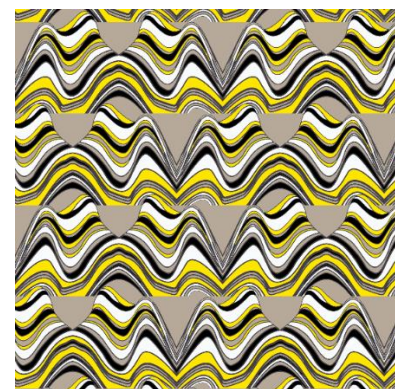
Setelah mendapatkan data yang mendukung penelitian, penulis melakukan proses eksplorasi, yang kemudian muncul lah hasil dari eksplorasi awal dan lanjutan. Alasan pemilihan repetisi motif yang sudah terpilih adalah karena motif tersebut mampu menggambarkan Karst Citatah serta *color palette* dari ISPO Textrends 2020/ 2021 [1].

CORE

Slightly weathered, the traditional primary tones get a wintry filter effect applied. Winter sky blue finds a place as does indigo, a new alternative to black. Vigor, energy and determination associated with red reassures the consumer, offered in a nostalgic rich red through to a sharper interpretation.



Gambar 1. Color Palette "Core"



Gambar 2. Eksplorasi Terpilih

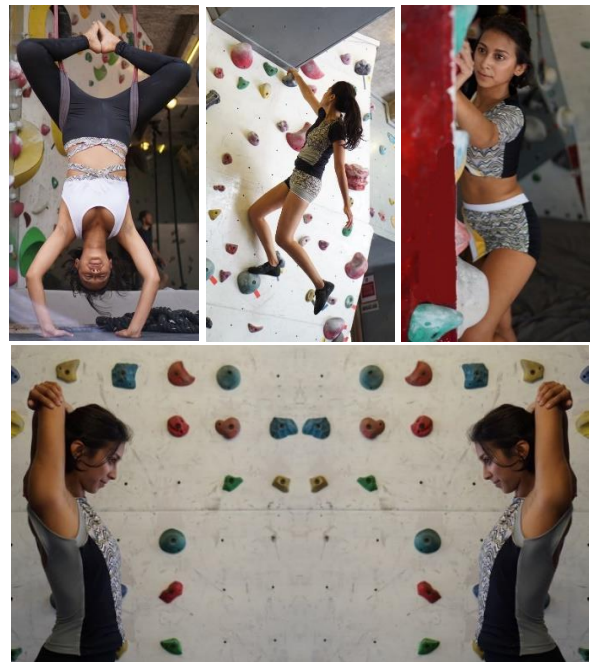


Gambar 3. Desain Produk

Setelah melakukan proses eksplorasi, *test print*, dan menganalisa *target market*. Menggunakan teknik *digital printing* yang dipilih untuk menambah nilai estetika pada busana. Alasan menggunakan teknik tersebut karena *digital printing* tidak menambah beban pada busana karena *bouldering* membutuhkan busana yang nyaman dan tidak menghambat pergerakan saat memanjat. Material dan pola busana yang dirancang memiliki tujuan untuk meningkatkan rasa percaya diri pada konsumen melalui nilai estetika dan kualitas material yang tidak kalah dengan *brand* internasional. Upaya tersebut dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen *activewear* di Indonesia, agar mereka bisa lebih mempertimbangkan untuk membeli produk dalam negeri dibanding luar negeri. Gambar di atas merupakan desain produk yang telah dipilih, berdasarkan *voting* dengan survei pengisian kuesioner pada *target market* penelitian dilakukan untuk mengetahui selera dan kebutuhan pasar.

3.3. Hasil

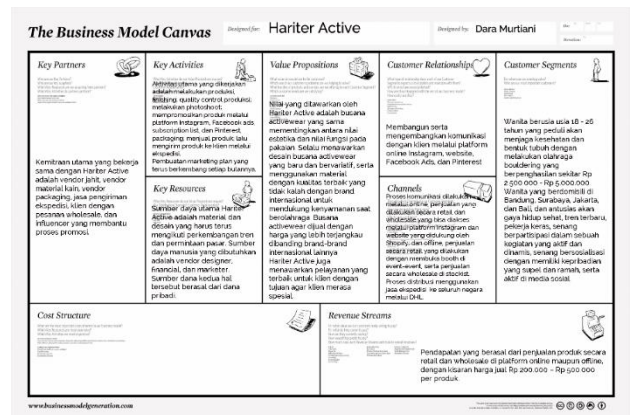
Koleksi yang diangkat berjudul *“The Motif Festival”* yang telah melalui eksplorasi material, desain, dan warna diadaptasi dari buku *trend forecasting ISPO Textrend Fall Winter 2020/2021* dengan *sub-trend “Altruistic”*, dan mengangkat nilai kelokalan Karst Citatah yang menjadi inspirasi motif pada busana. Merealisasikan konsep tersebut menjadi busana *activewear* dari hasil eksplorasi material dengan teknik *digital printing*, yang berupa produk *sports bra*, *legging*, *tank top*, kaus, dan celana pendek. Berikut adalah hasil visualisasi produk.



Gambar 4. Visualisasi Produk

3.4 Peluang Bisnis

Berdasarkan data yang diperoleh, terutama hasil survei, desain yang dibuat menunjukkan potensi bisnis yang dapat dikembangkan dengan menggunakan kerangka *Business Model Canvas* [2] sebagai berikut.



Gambar 5. Business Model Canvas

Nama *brand* dalam perencanaan bisnis ini adalah *“Hariter Active”*. *Hariter* adalah kependekan dari *Hari’s daughter*, yang diambil dari nama ayah penulis, dan *Active* yang bertujuan sebagai *branding activewear*.

Brand ini ditujukan untuk segmentasi *target market* yang merupakan wanita yang tinggal di kota-kota besar seperti Bandung, Surabaya, Jakarta, dan Bali yang berusia 18 – 26 tahun dan antusias dengan gaya hidup sehat, terutama olahraga *bouldering*.

Nilai yang ditawarkan oleh *Hariter Active* adalah busana *activewear* yang mementingkan nilai estetika dan nilai fungsi pada pakaian secara seimbang. Selalu

menawarkan desain busana *activewear* yang baru dan bervariasi, serta menggunakan material dengan kualitas terbaik yang tidak kalah dengan *brand* internasional, dan dijual dengan harga yang lebih terjangkau dibanding *brand-brand* internasional lainnya.

Proses penjualan dan komunikasi kepada pelanggan dibagi menjadi dua yaitu, *online* yang dapat dilakukan secara *retail* dan *wholesale* yang dapat diakses melalui *platform* Instagram dan *website* yang didukung oleh sistem *e-commerce* Shopify, serta *offline* yang dapat dilakukan secara *retail* dengan membuka *booth* di *event-event* dan penjualan secara *wholesale* di *stockist* bagi yang memesan. Proses distribusi produk menggunakan jasa ekspedisi untuk mengirim produk secara domestik dan mancanegara melalui DHL.

Pendapatan yang berasal dari penjualan produk secara *retail* dan *wholesale* di *platform online* maupun *offline*, dengan kisaran harga jual Rp 509.000 – Rp 619.000 per produk.

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang Perancangan Busana *Activewear* Untuk Olahraga *Bouldering* Bagi Wanita Urban yang Terinspirasi dari Karst Citatah dapat disimpulkan bahwa memanfaatkan tren dan kebutuhan pasar busana *activewear* yang terus meningkat menjadi sebuah rancangan koleksi dengan menyeimbangkan nilai estetika serta fungsi pada busana. Hal tersebut dilakukan dengan cara mengeksplorasi material, warna, dan desain busana *activewear*, berdasarkan buku ISPO Textrends Fall Winter 2020/2021 yang terinspirasi dari Karst Citatah dengan teknik *digital printing* sebagai tujuan untuk menambah estetika busana, namun tidak menambah beban busana. Karena busana *activewear* membutuhkan karakteristik busana yang ringan dan nyaman untuk berolahraga. Lalu, mengoptimalkan potensi bisnis busana *activewear* pada pasar serta tren olahraga *bouldering* dengan mengimplementasikan strategi bisnis dari kerangka *Business Model Canvas*, yang didukung oleh desain busana *activewear* yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan pendapat *target market* sebagai pelaku olahraga *bouldering*. Terutama untuk wanita urban yang

sangat memperhatikan penampilannya di masyarakat.

REFRENSI

- [1] ISPO. "ISPO Textrends Fall/ Winter 2020/2021". Munich: ISPO, 2019.
- [2] Osterwalder, Alexander. Pigneur, Yves. "*Business Model Generation*". New York: John Wiley & Sons Inc John Wiley & Sons Inc, 2010.
- [3] Mintel. (2017). *75% of Indonesian Consumers Aim to Have A Healthier Diet in 2017* [Online] Tersedia di: <https://www.mintel.com/press-centre/social-and-lifestyle/healthy-lifestyles-growing-focus-for-southeast-asians>
- [4] Regel, Nadine. 2018. *Climbing and Bouldering Halls Are Becoming Community Spaces.* [Online] Tersedia di: <https://www.ispo.com/en/trends/edelrid-petzl-black-diamond-deuter-and-co-explain-how-bouldering-and-climbing-boom-changing>

