

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Kondisi pandemi Covid-19 saat ini yang sudah kembali pulih, “menurut Kominfo (2022)” pemerintah telah memutuskan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) resmi dicabut. Informasi tersebut memberikan dampak yang baik bagi masyarakat, sehingga masyarakat dapat melakukan kegiatan berlibur atau yang biasa disebut dengan *travelling*, kebanyakan masyarakat lebih memilih kegiatan *travelling* yang tidak jauh dari tempat tinggal. Salah satu jenis *travelling* yang dimaksud adalah *staycation*, kegiatan *staycation* terus meningkat hingga tahun 2023 sehingga menjadi pusat perhatian dan perbincangan masyarakat dalam pergi berlibur (Simangunsong, 2022). Masyarakat menyukai kegiatan *staycation* yang secara keseluruhan dapat memanfaatkan waktu senggang dengan melakukan aktivitas berlibur di daerah yang mudah dijangkau, *staycation* biasanya memanfaatkan akomodasi waktu dan biaya yang tidak banyak, destinasi pada *staycation* seperti tempat penginapan hotel, *villa*, *homestay*, *glamping*, *resort* dan sebagainya (Utami, 2021). *Staycation* di daerah pegunungan yang tidak jauh dari daerah kota menjadi salah satu destinasi bagi masyarakat, dikarenakan masyarakat dapat menikmati kesejukan dan jauh dari keramaian. “Menurut Kemenparekraf (2021)” beberapa kegiatan *staycation* dapat menciptakan momen kebersamaan seperti bersantai sambil menikmati udara segar di daerah alam, mencari tempat yang bagus untuk berfoto di area penginapan, jalan-jalan di area sekitar penginapan, dan masih banyak hal yang bisa dilakukan.

Adanya kegiatan *staycation*, menjadi pengaruh bagi masyarakat terutama bagi para wanita dalam kebutuhan busana yang digunakan saat berlibur atau kegiatan *staycation*. Busana menjadi salah satu kebutuhan pokok yang mengalami perubahan yang drastis bagi masyarakat, menjadi bentuk suatu ekspresi pribadi dan karakteristik bagi gaya hidup masyarakat (Sudarto, 2020). Kebutuhan busana saat *staycation* dapat mendukung kegiatan aktivitas bagi masyarakat dengan pakaian yang nyaman, busana yang digunakan terdapat busana *ready to wear*.

“Menurut Midiani, dkk.”, busana *ready to wear* merupakan busana yang siap pakai, sehingga pada produksinya memiliki spesifikasi gaya, selera, dan produk busana *ready to wear* yang paling banyak diminati pada umumnya berupa *outer, tops, pants, dress*, dll. Berdasarkan observasi target market melalui media sosial instagram salah satu *content creator* atau bisa juga disebut *travel blogger* asal Bali dengan akun instagram Kadek Arini, beliau sering melakukan kegiatan staycation salah satu nya ke daerah alam atau pegunungan. Busana yang digunakan Kadek Arini ini dengan gaya yang simple seperti busana *ready to wear* sehingga dapat mendukung kegiatan selama melakukan staycation di daerah pegunungan. Beberapa local brand *ready to wear* yang mendukung aktivitas selama melakukan kegiatan staycation di daerah pegunungan seperti brand Earthmajor dan brand Gospop, yang dimana Kadek Arini ini pernah menggunakan produk dari brand Earthmajor yang dibawa untuk melakukan kegiatan staycation selama liburannya.

Dari adanya fenomena staycation tersebut, menjadikan peluang bagi industri fashion untuk menciptakan busana *ready to wear* yang dapat digunakan untuk kegiatan staycation di daerah pegunungan, beberapa local brand seperti brand Earthmajor dan brand Gospop yang menjual produk busana *ready to wear* yang dapat digunakan oleh wanita dan pria untuk kegiatan staycation di daerah pegunungan. Pada brand Earthmajor menjual produk melalui media online shop yang dimana terdapat beberapa jenis material yang tebal dan kuat untuk kegiatan staycation di daerah pegunungan di waktu siang hari dan memiliki harga per satu baju dan celana yang sedikit lebih mahal. Sedangkan pada brand Gospop juga menjual produk melalui media online shop yang terdapat desain produk busana yang mendukung untuk aktivitas staycation di daerah pegunungan seperti celana pendek, celana panjang, vest, kaos, sweeter, dan jaket, namun memiliki material kain yang kurang mendukung untuk kegiatan staycation di daerah pegunungan saat malam hari. Sehingga dari data diatas terdapat potensi peluang dalam pengembangan desain produk busana serta material kain yang dapat digunakan di waktu siang hari dan malam hari untuk kegiatan staycation di daerah pegunungan dengan harga produk busana yang terjangkau, dan terdapat potensi peluang bisnis baru dengan metode yang dilakukan yaitu bisnis model canvas dan produk

tersebut dapat di pasarkan melalui media online shopping pada brand ready to wear yang dapat digunakan wanita untuk kegiatan staycation di daerah pegunungan.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, adapun identifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Adanya potensi pada perancangan desain produk busana *ready to wear* untuk kebutuhan wanita yang menyukai *staycation* di daerah pegunungan.
2. Adanya peluang dalam perencanaan bisnis dengan adanya kebutuhan pada desain produk *ready to wear* bagi wanita yang menyukai *staycation* di daerah pegunungan.

## **I.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, adapun rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk rancangan pada busana *ready to wear* untuk memenuhi kebutuhan busana bagi wanita yang menyukai *staycation* di daerah pegunungan?
2. Bagaimana perencanaan bisnis pada busana *ready to wear* untuk kebutuhan wanita yang menyukai *staycation* di daerah pegunungan?

## **I.4 Batasan Masalah**

Berdasarkan pemaparan masalah pada latar belakang penelitian tersebut, adapun 4 batasan masalah pada penelitian ini, sebagai berikut :

1. Target market wanita yang menyukai kegiatan *staycation* dengan dibatasi adanya busana dalam melakukan aktivitas di daerah pegunungan.
2. Penggunaan bahan material kain yang digunakan pada busana *ready to wear* memfokuskan pada aktivitas saat sedang *staycation* di daerah pegunungan.
3. Pada penelitian ini terdapat kurangnya elemen dekoratif motif pada

busana dengan menggunakan teknik bordir yang di hasilkan pada busana *ready to wear* sehingga tidak dapat memberikan kesan karakter saat digunakan dalam kegiatan *staycation* di daerah pegunungan.

4. Daerah pegunungan pada penelitian dibatasi dengan daerah pegunungan yang dekat dari daerah kota.

### **I.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini, sebagai berikut :

1. Merancang pada busana *ready to wear* bagi wanita untuk memenuhi kebutuhan busana saat sedang *staycation* di daerah pegunungan.
2. Membuat perencanaan bisnis produk busana *ready to wear* bagi wanita dalam melakukan aktivitas saat *staycation* di daerah pegunungan.

### **I.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang terdapat pada penelitian, sebagai berikut:

1. Memberikan hasil rancangan pada produk busana *ready to wear* untuk kebutuhan wanita dalam kegiatan *staycation* di daerah pegunungan.
2. Mampu mengelolah perencanaan bisnis pada produk busana *ready to wear* pada target market wanita untuk kegiatan *staycation* di daerah pegunungan.

### **I.7 Metodologi Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data kualitatif, diantaranya:

1. Studi Literatur

Dalam pengumpulan data mengenai studi literatur penulis menumpulkan berbagai sumber dari jurnal, tugas akhir, *websites brand* dan lainnya.

2. Observasi

Penulis melakukan observasi terhadap brand lokal melalui media sosial Instagram untuk mengamati produk yang di jual serta nilai jual peminat masyarakat pada *brand* tersebut.

### 3. Wawancara

Penulis melakukan tahapan wawancara kepada target market melalui media sosial dengan via chat. Wawancara ini dilakukan supaya dapat mengetahui keinginan target market pada busana yang digunakan saat *staycation* di daerah pegunungan.

### 4. Kuisisioner

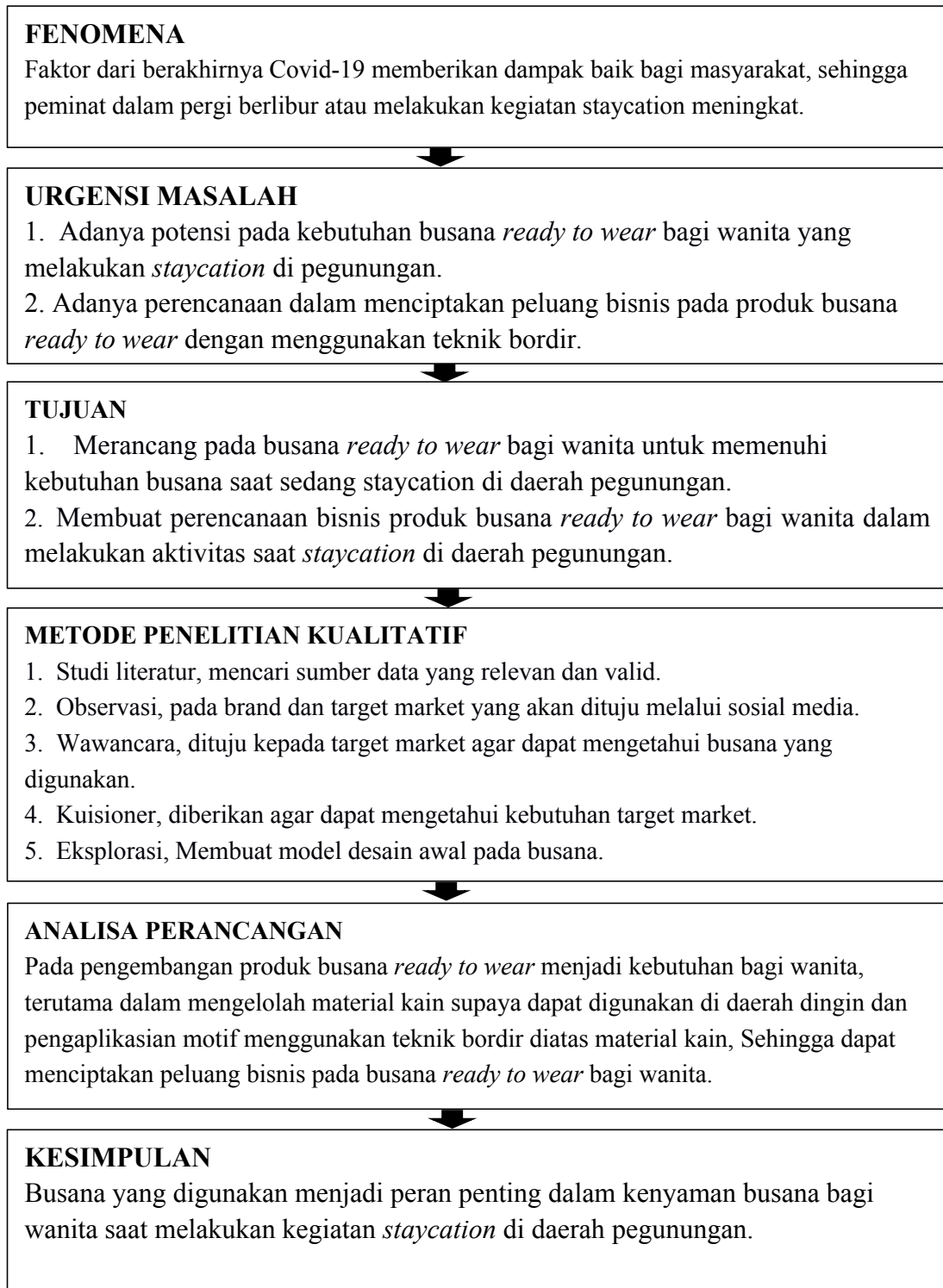
Penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket kepada responden yang akan dituju, kuisisioner di berikan kepada target market agar dapat mengetahui kebutuhan busana seperti apa yang diinginkan.

### 5. Proses Perancangan

Penulis akan melakukan pembuatan model busana pada desain eksplorasi awal, setelah itu masuk ketahapan pemilihan desain busana yang dipilih oleh target market menurut hasil dari kuisisioner yang telah di sebarakan.

## I.8 Kerangka Penelitian

**Tabel 1.1 kerangka Penelitian**



Sumber: Data pribadi (2023)

## **I.9 Sistematika Penulisan**

Penulisan penelitian ini disusun menjadi beberapa bab yang dimana setiap bab memiliki sub bab masing-masing, rangkaian bab terdiri dari:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penulisan, metode penelitian dan sistematika penelitian.

### **BAB II STUDI LITERATUR**

Bab ini menjelaskan studi literatur mengenai teori-teori *staycation*, busana, material kain, *surface design textile*, perencanaan bisnis dan metode *scamper* yang dimana harus relevan dan akurat sebagai penunjang pengamatan dalam penelitian ini.

### **BAB III DATA DAN ANALISA PROSES PERANCANGAN**

Bab ini memaparkan data yang sudah diperoleh dari data primer seperti hasil observasi, wawancara, kuisioner dan eksplorasi perancangan produk busana *ready to wear* bagi wanita dan terdapat data sekunder agar dapat memperkuat data *primer* yang sudah diperoleh.

### **BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

Bab ini berisi mengenai konsep perancangan, analisa *brand* pembanding, deskripsi konsep, *imageboard*, *lifestyle board*, hasil eksplorasi, desain produk, proses produksi, hasil dari rancangan akhir pada produk yang dibuat dan *merchandise* pada produk jadi.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berupa kesimpulan dari permasalahan produk serta rangkuman akhir penelitian dan saran terkait penelitian yang telah dilakukan.