

# Bab I Pendahuluan

## I.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki banyak kekayaan yang memiliki keindahan dan juga filosofi yang mendalam salah satunya ialah wastra. Saat ini, penggunaan wastra sudah cukup beragam, mulai dari penggunaan wastra dalam bentuk lembaran kain ataupun dalam bentuk produk busana. Adanya kampanye #BerkainGembira juga merupakan salah satu gerakan untuk mengenalkan dan juga mengajak generasi muda untuk menggunakan kain tradisional, berkain pun dapat dikenakan sebagai busana sehari-hari tanpa menghalangi aktivitas yang dilakukan (Santiyuda, C, P., dkk., 2023). Aktivitas tersebut meliputi berkegiatan sehari-hari, aktivitas dalam suatu acara, hingga aktivitas seperti bekerja.

Di Indonesia, sudah terdapat beberapa *brand* yang merespon kampanye #BerkainGembira ini, seperti halnya *brand-brand* lokal yang mengeluarkan produk-produk busana yang mengandung wastra, seperti Sovinska, Bhatara Batik dan Aqila Clothing. *Brand-brand* tersebut merupakan *brand* yang mengeluarkan produk-produk busana dengan kategori produk utamanya seperti kemeja, *blouse* ataupun *outer*. Wastra yang digunakan oleh *brand-brand* tersebut meliputi kain tenun ikat, batik Yogyakarta, Solo, Cirebon, Pekalongan, jumputan ataupun kain lurik. *Brand-brand* tersebut tidak menggunakan khusus satu jenis wastra saja dalam produk-produk yang dikeluarkan. Jenis batik Pekalongan memiliki potensi yang dapat dikembangkan dalam bentuk produk busana, karena batik Pekalongan merupakan salah satu batik yang memiliki ranah warna dan motif yang beragam, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam bisnis untuk menyesuaikan dengan produk yang akan dikembangkan. Lalu, dalam penciptaan batik Pekalongan tetap mempertahankan proses yang *detail* dalam pembuatannya sehingga menjadi salah satu faktor utama dalam kualitas batik Pekalongan yang konsisten (Kenzi., 2024). Selain itu, menurut Moh Ravid (2023) industri batik Pekalongan telah menjadi salah satu industri batik terkemuka di Indonesia dan telah diakui secara internasional. *Brand-brand* tersebut yang menggunakan batik Pekalongan dalam produk-produknya, juga memiliki produk-produk dengan duplikasi desain yang

serupa antar *brand* satu sama lain, sehingga keoptimalan dalam pengembangan produk busananya masih dapat ditingkatkan kembali.

Di era globalisasi ini, dunia kerja tidak hanya dipenuhi oleh kaum pria, namun banyak juga wanita yang bekerja di luar rumah. Wanita karir dituntut untuk berpenampilan menarik salah satunya pemilihan busana sebagai aspek penunjang, selain dituntut akan kemampuannya dalam bekerja (Insani, G, M., 2023). Wanita karir perlu memperhatikan penampilan diri dan busana dalam bekerja serta bermobilitas sehari-hari ataupun saat bertemu dengan rekan kerja lain/ *client*, seperti *frontliner*, sekretaris, *sales manager*, *human resource development*, dan lain sebagainya (Mardiah., 2018). Pengedepanan kepentingan dalam bekerja bagi masyarakat, mengharuskan mereka untuk memaksimalkan penampilan dengan menggunakan pakaian yang baik dan layak pada situasi bekerja ataupun di tempat lain. Adanya perkembangan dalam pengayaan diri, menjadikan busana kerja lebih bervariasi dan fleksibel dengan arti lain busana kerja tersebut bisa merangkap menjadi busana kegiatan lain selain bekerja (Sabatari., 2008). Penggunaan busana batik dalam kegiatan bekerja di Indonesia juga telah menjadi sebuah keputusan dalam berbusana yang diatur oleh Pemerintah (Lutfiati, D., 2017). Berdasarkan adanya hal tersebut, maka terlihat adanya potensi untuk merancang busana kerja batik semi formal dengan pengaplikasian batik Pekalongan. Maka, dengan diciptakannya busana kerja batik semi formal dengan pengaplikasian batik Pekalongan, dapat mengisi peluang yang ada akan adanya kebutuhan dalam penggunaan busana kerja batik semi formal bagi para pekerja yang membutuhkan jenis busana tersebut. Penulis akan memanfaatkan peluang bisnis tersebut dengan merancang busana kerja semi formal dengan pengaplikasian batik Pekalongan dengan pengembangan desain dengan produk busana kerja batik semi formal yang ada di pasaran saat ini.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adanya potensi perancangan produk busana kerja semi formal batik dengan pengaplikasian kain batik Pekalongan.

2. Adanya potensi perencanaan bisnis produk busana kerja semi formal batik dengan pengaplikasian kain batik Pekalongan yang ditujukan bagi para pekerja yang membutuhkan busana kerja batik dalam kegiatan bekerja.

### **I.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana metode pengaplikasian kain batik Pekalongan dalam busana kerja batik semi formal?
2. Bagaimana model perencanaan bisnis yang tepat untuk menjual produk busana kerja batik semi formal dengan pengaplikasian kain batik Pekalongan yang ditujukan bagi para pekerja yang membutuhkan busana kerja batik di dalam kegiatan bekerja?

### **I.4 Batasan Masalah**

Batasan-batasan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Menggunakan batik Pekalongan dalam pengaplikasian kombinasi material busana kerja batik semi formal yang akan dirancang.
2. Menetapkan target *market* dengan spesifikasi yaitu wanita karir di usia 23 – 34 tahun yang menggunakan busana kerja batik ketika bekerja.
3. Menggunakan material yang tidak tembus pandang dan cukup ringan dalam perancangan busananya.
4. Pengaplikasian eksplorasi material dengan menggunakan teknik *mix-material*.
5. Penggunaan spesifikasi batik jenis cap.
6. Produk akhir yang dihasilkan akan berupa produk busana kerja batik semi formal wanita.

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

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menciptakan produk busana kerja batik semi formal dengan pengaplikasian kain batik Pekalongan.

2. Menciptakan perencanaan bisnis yang tepat untuk menjual produk busana kerja batik semi formal dengan pengaplikasian kain batik Pekalongan yang ditujukan bagi para pekerja yang membutuhkan busana kerja batik semi formal di dalam kegiatan bekerja.

## **I.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang terdapat pada penelitian ini adalah :

1. Terciptanya produk busana kerja batik semi formal dengan pengaplikasian kain batik Pekalongan.
2. Terciptanya perencanaan bisnis yang tepat untuk menjual produk busana kerja batik semi formal dengan pengaplikasian kain batik Pekalongan yang ditujukan bagi para pekerja yang membutuhkan busana kerja batik semi formal di dalam kegiatan bekerja.

## **I.7 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif, dengan metodologi sebagai berikut:

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metodologi sebagai berikut:

1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu:

- a. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan membaca dan mengumpulkan data-data terkait dengan penelitian berupa jurnal, buku dan juga artikel.

- b. Observasi

Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mendatangi toko-toko produk *fashion* batik secara langsung untuk meneliti objek. Toko-toko yang didatangi ialah Pasaraya Blok M, Alun-Alun Indonesia di Grand Indonesia, area wastra di Sarinah dan juga Thamrin City, Jakarta yang merupakan toko-toko dengan spesialisasi produk *fashion* wastra dan batik. Produk-produk batik diperhatikan secara dekat dan tanpa jarak dengan *hand feel* kain yang digunakan, menelaah batik yang

diaplikasikan dalam produk, melihat kisaran harga produk dan memerhatikan desain yang dibuat dalam setiap produk-produknya untuk melihat peluang produk batik yang memungkinkan untuk dikembangkan.

c. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada narasumber yaitu *influencer fashion* dan *beauty*, Nikita Anggraini yang juga merupakan target *market*. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan sudut pandang dan pendapat narasumber terhadap busana kerja batik yang ada di pasaran saat ini serta saran narasumber terhadap busana kerja batik yang akan direalisasikan dalam penelitian ini. Selain wawancara terhadap target *market* potensial, wawancara juga dilakukan terhadap narasumber *brand* referensi, yaitu Batik Fashion (Thamrin City) yang menjadi narasumber ialah penjaga toko, wawancara dilakukan untuk menggali informasi terkait informasi busana kerja batik yang sedang laku di pasaran saat ini.

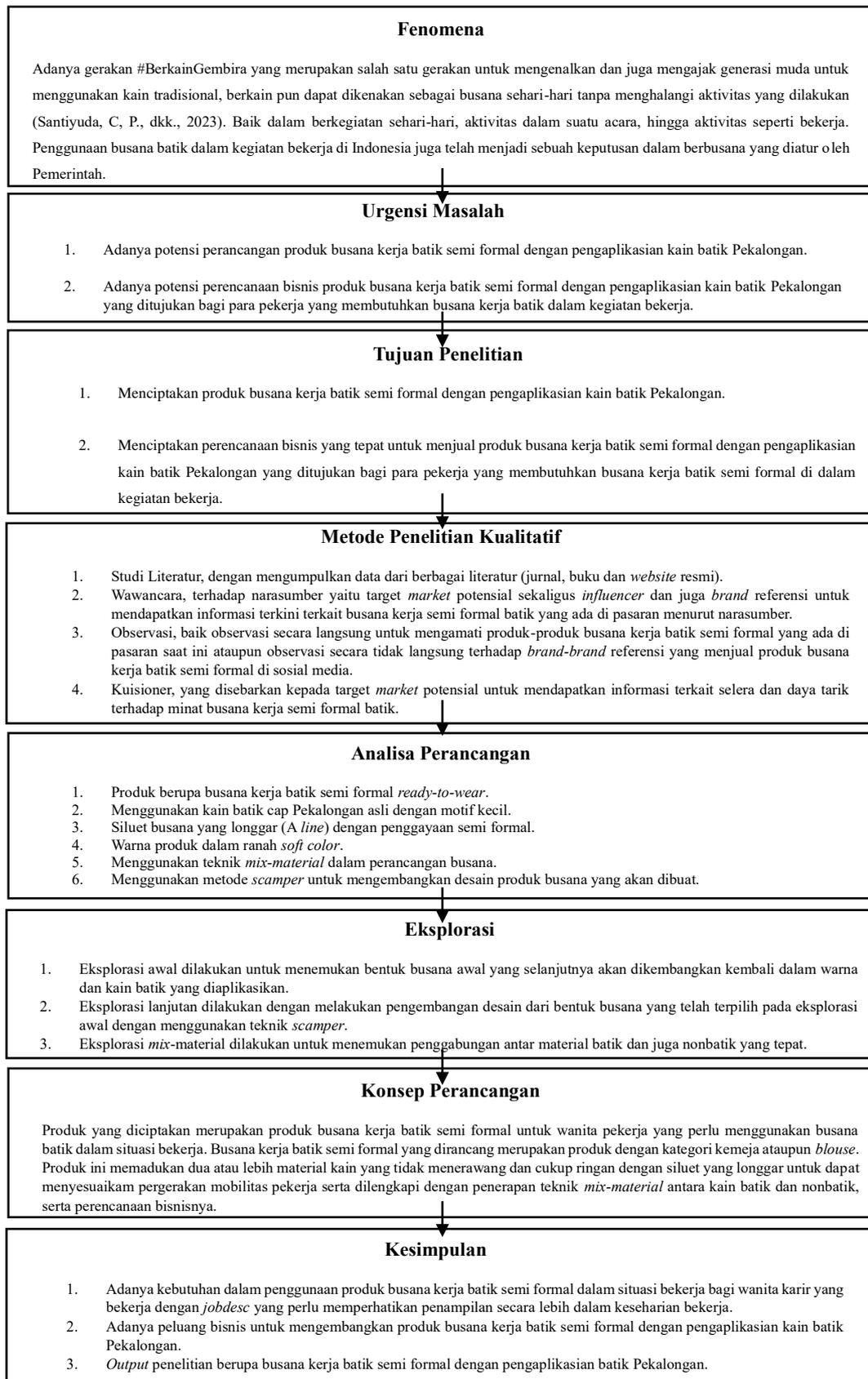
d. Kuisisioner

Kuisisioner dilakukan dengan metode *purposive sampling* dilakukan dengan menyebar Google Form yang berisikan pertanyaan terkait dengan sudut pandang dan juga saran target market terhadap busana kerja semi formal batik yang ada di pasaran saat ini dan juga saran responden terhadap busana kerja batik yang akan direalisasikan pada penelitian ini.

## **I.8 Kerangka Penelitian**

Bagan ini merupakan penggambaran dari alur konsep penelitian yang menunjukkan keterikatan satu sama lain antara tiap variabelnya secara sistematis dan *detail*, hal ini dilakukan supaya penelitian dapat dipahami dengan mudah. Bagan kerangka penelitian sebagai berikut :

## Bagan I. 1 Kerangka Penelitian



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

## **I.9 Sistematika Penulisan**

Karya tulis ini terdiri dari lima bab dalam penulisannya, untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini, maka karya tulis ini disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

### **Bab I Pendahuluan**

Pada bab ini dijelaskan terkait latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode yang digunakan dalam penelitian, kerangka penelitian dan sistematika penulisan karya tulis.

### **Bab II Studi Pustaka**

Pada bab ini menjelaskan terkait dengan teori-teori yang mendukung topik penelitian seperti definisi, klasifikasi, ataupun perkembangan topik penelitian yang sedang terjadi.

### **Bab III Data dan Analisa Perancangan**

Pada bab ini dijabarkan terkait dengan data-data yang lebih spesifik yang menjurus pada fokus penelitian serta uraian analisa perancangan yang dilakukan dalam penelitian ini.

### **Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Pada bab ini dijabarkan terkait dengan tahapan-tahapan yang dilakukan saat penelitian, mulai dari analisa *brand* pembanding, eksplorasi desain busana, pembuatan konsep, pemilihan target market, proses pembuatan produk akhir, rencana pemasaran, dan hasil produk akhir.

### **Bab V Kesimpulan dan Saran**

Pada bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan beserta saran saran yang dapat menunjang penelitian selanjutnya.