

# PERANCANGAN BUSANA KERJA BATIK SEMI FORMAL DENGAN PENGAPLIKASIAN KAIN BATIK PEKALONGAN DAN PERENCANAAN BISNISNYA

Evalina Permata Febrianti<sup>1</sup>, Rima Febriani<sup>2</sup> dan Morinta Rosandini<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Kriya Tekstil dan Fashion, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom,  
Jl. Telekomunikasi, Terusan Buahbatu, Bandung 40257.

[evalina@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:evalina@student.telkomuniversity.ac.id)<sup>1</sup>, [rimafebriani@telkomuniversity.ac.id](mailto:rimafebriani@telkomuniversity.ac.id)<sup>2</sup>,  
[morintarosandini@telkomuniversity.ac.id](mailto:morintarosandini@telkomuniversity.ac.id)<sup>3</sup>



**Abstrak:** Kampanye #BerkainGembira merupakan upaya dalam memperkenalkan dan mempromosikan wastra khas Indonesia. Wastra Indonesia saat ini penggunaannya sudah beragam, mulai dari lembaran kain hingga dalam bentuk busana, yang dapat dikenakan sehari-hari seperti dalam situasi sebuah acara ataupun bekerja. Di Indonesia terdapat peraturan dalam penggunaan busana batik dalam bekerja. Batik Pekalongan merupakan salah satu batik yang memiliki ranah warna dan motif yang beragam. Berdasarkan fenomena tersebut dan adanya kebutuhan dalam penggunaan busana kerja batik, maka perancangan busana kerja batik semi formal dengan pengaplikasian batik Pekalongan merupakan solusi. Perancangan dari penelitian ini menggunakan material yang cocok untuk busana kerja seperti tidak menerawang dan cukup ringan, serta siluet longgar untuk dapat memudahkan wanita karir dalam bermobilisasi ketika bekerja. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penggunaan teknik pengumpulan data seperti studi literatur, observasi, wawancara dan juga kuisisioner. Hasil akhir dari penelitian ini ialah produk busana kerja batik semi formal dengan pengaplikasian batik Pekalongan menggunakan teknik *mix*-material dan juga perencanaan bisnisnya. Perencanaan bisnis untuk produk yang dibuat disusun menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* dengan penyesuaian *value* dan juga kebutuhan target *market*.

**Kata kunci:** Batik Pekalongan, busana kerja, perencanaan bisnis, wanita karir.

**Abstract:** The #BerkainGembira campaign is an effort to introduce and promote Indonesian traditional textiles. Indonesian textiles are currently used in various forms, from sheets of cloth to clothing, which can be worn everyday, such as for events or at work. In Indonesia, there are regulations regarding the use of batik clothing at work. Pekalongan batik is one of the batiks that has a variety of colors and motifs. Based on this phenomenon and the need for the use of batik work attire, the design of semi-formal batik work attire with the application of Pekalongan batik is the solution. The design of this study uses materials that are suitable for work clothes such as non-transparent and light enough, as well as loose silhouettes to make it easier for career women to mobilize when working. The method in this study uses a qualitative method with the use of data collection techniques such as literature studies, observations, interviews and

questionnaires. The final result of this study is a semi-formal batik work attire product with the application of Pekalongan batik using the mix-material technique and also its business planning. The business planning for the products made is compiled using the Business Model Canvas (BMC) with adjustments to the value and needs of the target market.

**Keywords:** Business planning, career women, Pekalongan batik, work attire.

## PENDAHULUAN

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.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan pada beberapa sumber seperti studi literatur, observasi, wawancara dan juga kuisisioner. Studi literatur dilakukan dengan membaca dan mengumpulkan data-data terkait dengan penelitian berupa jurnal, buku dan juga artikel. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mendatangi toko-toko produk *fashion* batik secara langsung untuk meneliti objek. 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. Kuisisioner dilakukan dengan metode *purposive sampling* dilakukan dengan menyebarkan 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.

## **HASIL DAN DISKUSI**

Berdasarkan hasil dari data yang telah dikumpulkan melalui observasi *offline* maupun *online*, didapatkan bahwa observasi secara *offline* dilakukan guna

memerhatikan produk secara langsung dengan *hand feel* terkait dengan produk busana batik yang akan diteliti, observasi secara *online* dilakukan guna melihat bentuk dan juga visualisasi produk busana batik secara jelas melalui gambar dan terdapat beberapa toko dengan produk busana batik yang hanya memiliki toko dan menjual produknya secara *online*, sehingga kedua cara observasi tersebut dilakukan. Berdasarkan data yang telah didapatkan melalui observasi terkait dengan produk busana kerja batik secara *offline*, dapat disimpulkan bahwa jenis produk-produk busana kerja batik yang ada di pasaran didominasi dengan produk berupa kemeja, *blouse* ataupun *outer*. Material kain yang digunakan dalam produknya kebanyakan menggunakan material katun, *silk*, *viscose* ataupun rayon dengan kebanyakan menggunakan siluet H ataupun A pada produknya. Produk yang ditemukan dalam observasi *offline* beragam, ada yang dilengkapi dengan material full batik dalam satu produknya ataupun *mix-material*, dengan *detail* busana antara lain saku, kerah kemeja/ *shanghai* ataupun tali pita sederhana dan juga didominasi dengan penggunaan batik cap ataupun tulis. Kisaran harga untuk produk busana kerja batik dengan batik cap ataupun tulis berada di kisaran harga Rp.200.000 – >Rp.3.000.000.

Selain itu, hasil observasi yang didapatkan terkait dengan produk busana kerja batik secara *online*, dapat disimpulkan bahwa jenis produk-produk busana kerja batik yang ada di pasaran didominasi dengan produk berupa kemeja, *blouse* ataupun *outer*. Material kain yang digunakan dalam produknya kebanyakan menggunakan material katun ataupun rayon dengan kebanyakan menggunakan siluet H pada produknya. Teknik yang digunakan sebagian besar menggunakan teknik *mix-material* baik antara kain batik dengan nonbatik ataupun kain batik dengan kain batik lainnya, dengan *detail* antara lain saku, kerah kemeja/ *shanghai* ataupun tali pita sederhana dan juga didominasi dengan penggunaan kain *print* dengan motif batik. Kisaran harga untuk produk busana kerja batik dengan batik cap ataupun *print* berada di kisaran harga Rp. 200.000 – Rp. 600.000.


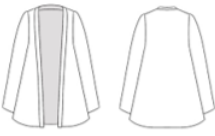


Berdasarkan metode wawancara yang dilakukan terhadap *influencer beauty* dan *fashion* sekaligus target *market*, Nikita Anggriani, dapat disimpulkan bahwa dalam hal produk busana kerja batik semi formal, narasumber lebih menyukai produk busana kerja batik berupa kemeja yang berwarna *soft color*, karena menurutnya warna tersebut memberikan kesan anggun, "*fresh*" dan tenang, dan siluet yang longgar karena dapat memberikan rasa nyaman dan memudahkannya dalam beraktifitas dan mobilitas, selain itu, motif batik dengan ukuran kecil lebih disukainya karena menurutnya memberikan kesan merampingkan bagi pemakainya dibandingkan dengan motif batik yang besar, sehingga hal ini menjadi pertimbangan dalam rencana perancangan produk dalam penelitian ini.

Selain wawancara terhadap target *market*, wawancara kepada *brand* referensi juga dilakukan dengan wawancara kepada Batik Fashion di Thamrin City, dari data yang telah didapatkan, dapat disimpulkan bahwa saat ini produk busana kerja batik yang laku (*best seller*) di toko tersebut ialah produk dengan kategori kemeja ataupun *blouse* dengan warna yang kalem seperti merah jambu dan krem, dengan pertimbangan calon pembeli berfokus pada warna dan desain dari produk yang dijual, menjadikan hal ini sebagai pertimbangan dalam rencana perancangan produk dalam penelitian ini.

Tahapan kuisisioner juga dilakukan untuk metode pengumpulan data. Kuisisioner disebarkan kepada target *market* potensial yaitu populasi wanita pekerja wanita dengan rentang usia 23 – 34 tahun yang membutuhkan perhatian lebih pada penampilan dalam situasi bekerja dengan *sample* populasi sebanyak 25 responden. Berdasarkan hasil data kuisisioner yang didapatkan, target *market* memiliki ketertarikan dengan busana kerja batik semi formal dengan desain memiliki siluet yang longgar sehingga memberikan kenyamanan bagi wanita pekerja dalam bermobilitas dalam bekerja. Target *market* juga memiliki kecenderungan dalam pemilihan warna yaitu *soft color*, dengan pemilihan *mix-material* dan juga bentuk busana dengan *cuttingan* simetris dalam sebuah produk. Produk busana kerja batik semi formal dengan motif batik yang berukuran lebih kecil dengan teknik cap lebih banyak diminati oleh target *market*.

Eksplorasi awal berfokus pada pengambilan bentuk busana awal dalam desain. Dalam hal ini bentuk busana awal dalam proses pembuatan desain diambil dari bentuk-bentuk busana dari *brand* referensi dan juga desain yang banyak ditemukan dalam observasi yang menjadi inspirasi dalam pembuatan desain. Pemilihan bentuk dasar busana yang dipilih merupakan desain yang paling umum di pasaran. Berikut merupakan *sample* eksplorasi awal.

Tabel 1. Eksplorasi Awal

No.	Jenis Busana	Bentuk Busana	Keterangan
1.	Kemeja		Kemeja dengan siluet A ataupun H, lengan panjang dengan manset, bukaan kancing depan dan juga <i>detail yoke</i> pada bagian belakang serta kerah kemeja.
2.	Outer		Outer dengan lengan panjang dan siluet sederhana seperti A ataupun H serta <i>detail list</i> pada bagian depan.
3.	Kemeja		Kemeja dengan siluet A ataupun H, lengan pendek, bukaan kancing depan dan juga <i>detail yoke</i> pada bagian belakang serta kerah kemeja.
4.	Blouse		Blouse dengan siluet A ataupun H, lengan panjang, bukaan kancing belakang dan <i>detail cutting</i> garis vertikal dan horizontal.

Sumber: Dokumentasi Penulis

Bentuk busana yang dipilih untuk dilanjutkan ke tahapan eksplorasi lanjutan dengan beberapa pertimbangan, yaitu desain kemeja dan *blouse*. Komponen pertimbangan dalam pemilihan desain yang dipilih untuk eksplorasi lanjutan ialah *detail* lengan busana yang panjang, untuk lengan panjang pada busana memiliki pertimbangan dari sisi penjualan, yaitu jika busana berlengan panjang dapat dikenakan oleh pembeli yang berhijab maupun nonhijab, sehingga peluang untuk pembelian dapat lebih besar dibandingkan dengan busana dengan lengan pendek. Kemudian untuk jenis busana

kemeja dan juga *blouse* dipilih karena menyesuaikan minat *target market* dalam pemilihan busana kerja batik yaitu kategori kemeja dan juga *blouse*.



Gambar 1. *Moodboard*


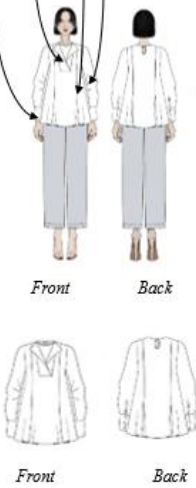
Sumber: Dokumentasi Penulis

Setelah didapatkannya data-data terkait busana kerja batik semi formal melalui observasi, wawancara dan juga kuisisioner, data-data tersebut dijadikan dalam sebuah *moodboard* sebagai salah satu acuan dalam proses pembuatan desain lanjutan. Dari hasil data-data tersebut didapatkan kecenderungan terhadap pemilihan busana dengan kategori kemeja dan juga *blouse*. Warna *soft color* dipilih berdasarkan minat *target market* akan busana kerja batik semi formal yang akan dirancang. Penerapan kain batik Pekalongan pada desain diterapkan dengan teknik *mix-material* antar kain batik dan juga nonbatik. Siluet busana yang bersifat *loose* dipilih oleh *target market* guna memudahkan dalam bermobilisasi, sehingga siluet *loose* seperti A dan juga H dipilih dalam produk *brand* referensi yang akan menjadi inspirasi dalam pembuatan desain. Eksplorasi lanjutan merupakan proses lanjutan setelah dipilihnya bentuk awal desain busana pada eksplorasi awal. Desain yang telah dipilih pada eksplorasi awal dikembangkan sesuai dengan minat *target market*, yaitu siluet yang longgar dan juga desain yang simetris serta dari data yang telah didapatkan dan dirangkum dalam sebuah *moodboard*. Desain



dibuat menggunakan teknik *scamper*, yaitu dengan memodifikasi dan membuat desain ulang dengan inspirasi busana kerja batik yang dikeluarkan oleh *brand* referensi dan pilihan pada eksplorasi awal. Berikut contoh dalam pembuatan scamper desain.

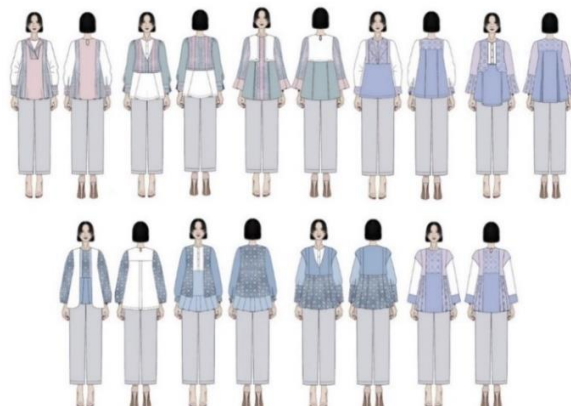
Tabel 2. Analisa *Scamper*

No.	Jenis Busana	Desain	SCAMPER
<i>Produk Brand Referensi dan Moodboard</i>			
			
1.	<i>Blouse</i>	 <p style="text-align: center;"><i>Front</i>      <i>Back</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Front</i>      <i>Back</i></p>	<p><i>Adapt:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengadaptasi <i>detail</i> manset pada busana C</li> <li>2. Mengadaptasi siluet <i>loose</i> pada busana C</li> </ol> <p><i>Modify:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memodifikasi <i>detail</i> belahan bukaan depan pada busana C menjadi bentuk yang berbeda dan penerapan tekukan ke sisi luar pada bagian lapisannya</li> <li>2. Memodifikasi <i>cutting</i> depan pada busana C menjadi <i>cutting</i> vertikal lurus hingga bagian bawah busana tanpa adanya <i>cutting</i> pinggang dan menerapkannya pada bagian belakang busana</li> <li>3. Memodifikasi bentuk bukaan pada busana C menjadi <i>detail</i> belahan bukaan belakang</li> <li>4. Memodifikasi bentuk lengan busana B dan mengubahnya menjadi lengan dengan tambahan <i>detail</i> lipatan <i>pleat</i> pada sisi dalam lengan, namun tetap mempertahankan manset lengan yang sama</li> <li>5. Memodifikasi <i>detail</i> <i>neckline</i> pada busana B, dengan menghilangkan kerah shanghai namun tetap dengan bentuk <i>neckline</i> yang sama</li> </ol>

Sumber: Dokumentasi Penulis

Dalam bentuk busana yang dibuat dengan inspirasi dari produk *brand* referensi, siluet yang dikembangkan berupa siluet *loose* dengan pengayaan potongan busana A line dan juga *style* semi formal – casual. Pengembangan pada potongan-potongan vertikal ataupun horizontal dikembangkan agar tidak memiliki potongan busana yang sederhana layaknya busana kerja formal. Penerapan *detail* potongan vertikal ataupun horizontal, diambil dari inspirasi produk *brand* referensi yang diterapkan pada posisi potongan yang berbeda-beda dari setiap desain bentuk busana yang dibuat, *detail* lipatan *pleats* pada inspirasi produk *brand* referensi juga ditempatkan pada tempat yang berbeda dari setiap desain yang dibuat untuk mengembangkan desain busana yang dibuat agar tidak sama dengan produk busana yang telah ada di pasaran.

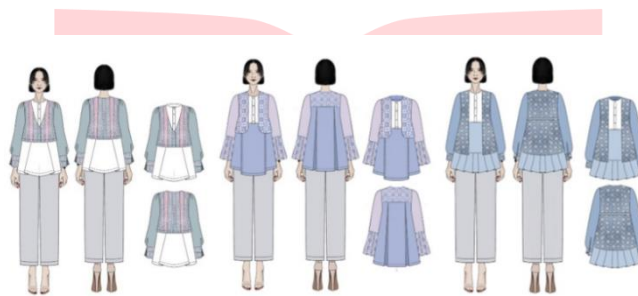
Desain yang telah dibuat, kemudian diaplikasikan material, warna dan juga kain batik Pekalongan pada setiap desainnya. Pertimbangan penggunaan material kain, khususnya kain batik Pekalongan yang memiliki harga lebih mahal dibandingkan dengan kain nonbatik nya, menjadi pertimbangan dalam pemilihan desain yang akan disebarluaskan kepada target *market* dalam kuisisioner pemilihan desain untuk dipilih berdasarkan selera dan kesukaan target *market*, penggunaan material kain batik yang lebih banyak pada setiap alternatif pilihan dari setiap desain tidak dipilih dikarenakan akan mempengaruhi harga pokok produksi yang lebih mahal ketika akan melakukan proses perhitungan untuk penjualan.



Gambar 2. Sketsa Desain

Sumber: Dokumentasi Penulis

Setelah melakukan pembuatan desain produk busana, langkah selanjutnya ialah menyebar kuisisioner kepada target *market* yang sama pada kuisisioner pertama, untuk memilih desain busana yang telah dibuat agar sesuai dengan kriteria selera target *market*. Desain yang terpilih dari pilihan beberapa desain dengan kategori *blouse* dan kemeja dengan berbagai variasi *detail* busana seperti *cuttingan*, *layer outer* ataupun *pleats* yang paling banyak dipilih oleh target *market* ialah desain dengan *detail layer outer* dan juga *pleats*.



Gambar 3. Desain Terpilih

Sumber: Dokumentasi Penulis

Desain yang telah melalui tahapan proses produksi, *finishing* dan *quality control*, telah menjadi produk busana yang siap pakai.



Gambar 4. Desain 1, 2 dan 3

Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 5. Merchandise Kit

Sumber: Dokumentasi Penulis

Setelah produk telah direalisasikan, maka terdapat perhitungan dalam pengeluaran untuk mengetahui harga pokok produksi dan juga harga jual dari setiap produknya. Berikut merupakan perhitungan harga jual dan profit dari setiap produk.

No.	Desain	Harga					
		Desain 1 – Leka Shirt					
		Komponen	Harga Satuan	Kebutuhan	Jumlah	Total	
		<b>Material</b>					
		Kain Katun Poplin Putih	Rp.32.000/meter	1,4 meter	Rp.48.000 (1,5 meter)	Rp.123.000	
		Kain Katun Poplin Sage Green	Rp.32.000/meter	0,6 meter	Rp.24.000 (0,75 meter)		
		Kain Batik	Rp.100.000/2 meter	0,9 meter	Rp.50.000 (1 meter)		
		Label	Rp.1000	1 buah	Rp.1000		
		<b>Produksi</b>					
		Jasa Jahit	Rp.50.000/pcs	1 pcs	Rp.50.000	Rp.50.000	
		<b>Packaging</b>					
		Plastik ziplock	Rp.2.000/pcs	1 buah	Rp.2.000	Rp.4.500	
		Hang Tag	Rp.1.000/pcs	1 buah	Rp.1.000		
		Tali Hang Tag	Rp.100/pcs	1 buah	Rp.500		
		Kertas Wrap	Rp.500/pcs	1 buah	Rp.500		
		Sticker	Rp.500/pcs	1 buah	Rp.500		
		<b>Photoshoot</b>					
		Studio dan Studio	Rp.100.000/jam	1 jam untuk 1 koleksi (3 artikel)	Rp.33.333	Rp.53.333	
		Model	Rp.50.000	1 model	Rp.50.000		
						<b>Total Cost (HPP)</b>	<b>Rp.230.833/pcs</b>
		Margin	30%	30% x Rp.230.833	Rp.69.250	Rp.69.250	
						<b>Harga Jual</b>	<b>Rp.300.083</b>
						<b>Pembulatan</b>	<b>Rp.305.000</b>

		Desain 2 – Arta Shirt				
Komponen	Harga Satuan	Kebutuhan	Jumlah	Total		
<b>Material</b>						
Kain Katun Poplin Putih	Rp.32.000/meter	0,5 meter	Rp.16.000 (0,5 meter)	Rp.147.000		
Kain Katun Poplin Ungu Muda	Rp.32.000/meter	1,4 meter	Rp.48.000 (1,5 meter)			
Kain Katun Toyobo Lilac	Rp.25.000/meter	0,6 meter	Rp.19.500 (0,75 meter)			
Kain Batik	Rp.100.000/2 meter	1,25 meter	Rp.62.500 (1,25 meter)			
Label	Rp.1000	1 buah	Rp. 1000			
<b>Produksi</b>						
Jasa Jahit	Rp.50.000/pcs	1 pcs	Rp.50.000	Rp.50.000		
<b>Packaging</b>						
Plastik ziplock	Rp.2.000/pcs	1 buah	Rp.2.000	Rp.4.500		
Hang Tag	Rp.1.000/pcs	1 buah	Rp.1.000			
Tali Hang Tag	Rp.100/pcs	1 buah	Rp.500			
Kertas Wrap	Rp.500/pcs	1 buah	Rp.500			
Sticker	Rp.500/pcs	1 buah	Rp.500			
<b>Photoshoot</b>						
Studio dan Studio	Rp.100.000/jam	1 jam untuk 1 koleksi (3 artikel)	Rp.33.333	Rp.53.333		
Model	Rp.50.000	1 model	Rp.50.000	Rp.254.833/pcs		
			Total Cost (HPP)			
Margin	30%	30% x Rp.254.833	Rp.76.450	Rp.76.450		
			Harga Jual	Rp.331.283		
			Pembulatan	Rp.335.000		

		Desain 3 – Dimar Shirt				
Komponen	Harga Satuan	Kebutuhan	Jumlah	Total		
<b>Material</b>						
Kain Katun Poplin Putih	Rp.32.000/meter	0,5 meter	Rp.16.000 (0,5 meter)	Rp.151.500		
Kain Katun Poplin Baby Blue	Rp.32.000/meter	1,25 meter	Rp.48.000 (1,5 meter)			
Kain Katun Poplin Ash Blue	Rp.32.000/meter	0,7 meter	Rp.24.000 (0,75 meter)			
Kain Batik	Rp.100.000/2 meter	1,2 meter	Rp.62.500 (1,25 meter)			
Label	Rp.1000	1 buah	Rp. 1000			
<b>Produksi</b>						
Jasa Jahit	Rp.50.000/pcs	1 pcs	Rp.50.000	Rp.50.000		
<b>Packaging</b>						
Plastik ziplock	Rp.2.000/pcs	1 buah	Rp.2.000	Rp.4.500		
Hang Tag	Rp.1.000/pcs	1 buah	Rp.1.000			
Tali Hang Tag	Rp.100/pcs	1 buah	Rp.500			
Kertas Wrap	Rp.500/pcs	1 buah	Rp.500			
Sticker	Rp.500/pcs	1 buah	Rp.500			
<b>Photoshoot</b>						
Studio dan Studio	Rp.100.000/jam	1 jam untuk 1 koleksi (3 artikel)	Rp.33.333	Rp.53.333		
Model	Rp.50.000	1 model	Rp.50.000	Rp.259.333/pcs		
			Total Cost (HPP)			
Margin	30%	30% x Rp.259.333	Rp.77.780	Rp.77.780		
			Harga Jual	Rp.337.113		
			Pembulatan	Rp.340.000		

Gambar 6. Harga Jual Produk

Sumber: Dokumentasi Penulis

*Business Model Canvas (BMC)* dibuat untuk membuat perencanaan untuk bisnis yang akan direncanakan di dalamnya meliputi aspek-aspek penyusun untuk perencanaan bisnis seperti *customer segments*, *customer relationship*, *channel*, *value propositions*, *key activities*, *key resources*, *key partners*, *cost structure* dan juga *revenue stream*.

<b>Key Partners</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vendor Kain</li> <li>- Vendor Jahit/Produksi</li> <li>- Vendor <i>Packaging</i></li> <li>- Vendor Foto Produk</li> <li>- Vendor <i>Merch</i></li> <li>- Vendor Ekspedisi</li> </ul>	<b>Key Activities</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proses Kreatif &amp; <i>Research and Development</i></li> <li>- Proses Produksi</li> <li>- Proses Pemasaran</li> </ul>	<b>Value Propositions</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Spesifikasi Penggunaan Kain Batik Pekalongan</li> <li>- Ranah <i>Brand Image Soft Color</i></li> <li>- Pengembangan Desain Dari Produk Serupa Di Pasaran</li> <li>- Penggunaan Wastra Asli Indonesia</li> <li>- <i>Customize Design</i> Melalui <i>Website</i></li> </ul>	<b>Customer Relationships</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat Panggilan Sapa Khusus Kepada Customer</li> <li>- Interaksi Melalui DM, <i>Story</i> Dan Komentar Instagram</li> <li>- <i>Inbox Chat E-Commerce</i></li> </ul>	<b>Customer Segments</b> <b>Demografis:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wanita Karir</li> <li>- Usia 23 – 34 Tahun</li> <li>- Pendapatan &gt; Rp.5.000.000/bulan</li> <li>- Memiliki Pekerjaan Dengan Kegiatan Bekerja Yang Perlu Memperhatikan Penampilan Lebih</li> </ul> <b>Geografis:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jakarta</li> <li>- Bogor</li> <li>- Depok</li> <li>- Tangerang</li> <li>- Bekasi</li> </ul> <b>Psikografis:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktif Dalam Interaksi Sosial Dalam Ruang Lingkup Bekerja</li> <li>- Sering Bertemu Dengan Orang Baru Dalam Bekerja</li> <li>- Memiliki Banyak Relasi</li> <li>- Memperhatikan Penampilan Dan Rapi</li> </ul>
<b>Cost Structure</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biaya Produksi</li> <li>- Biaya Gaji SDM</li> <li>- Biaya Foto Produk</li> <li>- Biaya <i>Merch</i></li> <li>- Biaya Jasa Ekspedisi</li> </ul>			<b>Revenue Streams</b> <p>Harga Penjualan Produk Berada Di Kisaran Rp.250.000 – Rp. 350.000</p> <p>Profit sebesar 30%</p>	

Gambar 7. *Business Model Canvas*

Sumber: Dokumentasi Penulis

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah disusun dan dijabarkan dalam laporan tugas akhir dengan judul “Perancangan Busana Kerja Batik Semi Formal Dengan Pengaplikasian Kain Batik Pekalongan Dan Perencanaan Bisnisnya” dapat disimpulkan bahwa batik Pekalongan memiliki ranah warna dan juga motif yang beragam, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam aspek pengembangan produk. Produk-produk busana yang dikeluarkan oleh *brand-brand* lain yang mengeluarkan produk wastra, kebanyakan tidak berfokus pada pemanfaatan jenis wastra tertentu saja. Perancangan

busana kerja batik semi formal dengan fokus pemanfaatan dan pengaplikasian batik Pekalongan, dapat menjadi salah satu pilihan untuk memenuhi adanya kebutuhan dalam penggunaan busana kerja batik, yang terdapat peraturan penggunaannya di Indonesia untuk situasi bekerja. Batik Pekalongan yang diaplikasikan pada produk busana kerja batik semi formal, diaplikasikan dengan menggunakan teknik *mix-material* yaitu penggabungan antara material kain batik Pekalongan itu sendiri dan juga material nonbatik lainnya dengan warna yang masih senada antarkain satu dengan yang lainnya.

Perancangan model bisnis yang dibuat dimulai dengan ditemukannya adanya kebutuhan dalam penggunaan busana kerja batik dalam ruang lingkup bekerja serta ditentukannya target *market*. Analisa *brand* pembanding dilakukan selanjutnya guna melihat peluang kekurangan yang dapat dilakukan dalam perencanaan bisnis yang akan dibuat, dan juga melihat kelebihan yang ada dalam *brand* pembanding yang akan menjadi tolak ukur dalam *value brand* yang akan direncanakan baik dalam produk ataupun *marketing brand*. Busana kerja batik semi formal yang diminati target *market* ialah busana dengan siluet yang longgar, penggunaan batik dengan motif kecil, ranah warna *soft color* dan juga penggunaan teknik *mix-material* dalam setiap produknya. Data-data dan informasi yang telah didapatkan, dikumpulkan dan juga dianalisis untuk kebutuhan dalam perencanaan bisnis melalui *business model canvas (BMC)* yang didalamnya memiliki aspek-aspek penyusun dalam bisnis seperti *customer segments, customer relationship, channel, value propositions, key activities, key resources, key partners, cost structure* dan juga *revenue stream*. Pemasaran yang direncanakan untuk memasarkan produk tersebut ialah dengan membuat *platform* penjualan seperti sosial media instagram, *e-commerce* ataupun *website*. *Website* digunakan untuk calon *customer* agar dapat menentukan desain mereka tersendiri terkait dengan bentuk potongan busana, warna, kain batik yang digunakan dan juga kain nonbatik dalam sebuah produk busana yang didesain dengan pilihan *customize design* yang ditawarkan oleh *website*.

Dalam proses perealisasiian desain, diperlukan survei yang lebih banyak ke beberapa tempat atau vendor jahit. Aspek kualitas jahitan dari setiap vendor berbeda-beda, dan juga harga yang ditawarkan pun berbeda-beda. Survei ke beberapa vendor pilihan dapat memaksimalkan dalam upaya peningkatan kualitas produk serta dapat mendapatkan perbandingan harga dan kualitas antar satu vendor dengan vendor yang lainnya, sehingga pada akhirnya mendapatkan vendor yang maksimal.

Pemilihan kain batik Pekalongan untuk direalisasiikan dalam desain, perlu survei kembali terkait dengan ketersediaan material kain untuk teknik *mix-material*, karena terdapat warna-warna kain dengan kategori tertentu yang cukup jarang untuk ditemukan di pasaran. Hal tersebut berpengaruh pada kesesuaian karakteristik dan juga warna dalam proses eksplorasi *mix-material*.

Pembuatan *merchandise* merupakan salah satu representasi *image brand*, sehingga hal tersebut sangatlah penting untuk dirancang sesuai dengan *image brand* yang akan dibangun. Perencanaan hingga dalam perealisasiian *merchandise kit* perlu memperhatikan lebih dari segi desain, bahasa, pemilihan *font*, warna dan juga visual yang dibuat sehingga *image brand* dapat ditangkap oleh calon *customer*. Pengoptimalan dalam *merchandise kit* juga dapat menambah pengetahuan akan *brand* dan juga *value* yang ada.

Proses dalam pengumpulan responden target *market* dengan penyebaran kuisisioner menggunakan metode *purposive sampling*, sebaiknya diawali dengan dilakukannya penyebaran data terlebih dahulu terhadap responden-responden yang potensial, selanjutnya data yang telah didapatkan dan terkumpul, dilakukan reduksi data terhadap responden yang benar-benar sesuai dengan karakteristik target *market* produk dalam aspek demografi, psikografis ataupun geografi responden, sehingga responden yang telah terkumpul datanya dikerucutkan dan menjadi responden yang benar-benar sesuai dengan karakteristik target *market* dan dapat mewakili *sample* dari populasi yang dituju. Selain itu, penyebaran kuisisioner pada populasi yang dituju



sebaiknya dilakukan dengan jumlah responden yang lebih banyak guna memaksimalkan hasil dari kecenderungan data yang didapatkan melalui target *market* potensial.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber *e-book*:

- APIN, A. M., PANDANWANGI, A., DEWI, B. S., & DAMAYANTI, N. (2021). *Cerita Pekalongan di atas batik tamarin*. Penerbit YLGI.
- Yusmerita, Y. (2007). *Desain Busana*.

### Sumber *e-journal*:

- Adrianti, P. (2017). Analisis gaya busana kerja muslimah, studi kasus: pekerjaan sektor formal di kota Jakarta. *Jurnal Rupa*, 2(1), 41-41.
- Angkawijaya, Y., Agustina, I. A., & Tee Chuan, A. O. (2020, November). Batik as Part of Pop Culture. In *Proceedings of the 4th International Symposium of Arts, Crafts & Design in South East Asia (ARCADESA)*.
- Asti, M., & Ambar, B. A. (2011). *Batik Warisan Adiluhung Nusantara*. Yogyakarta: G-media.
- Ernawati, I., & Nelmira, W. (2008). *Tata busana jilid 2*. Jakarta. Direktorat pembinaan sekolah menengah kejuruan, Direktorat jendral manajemen, pendidikan dasar dan menengah, Departemen Pendidikan Nasional.
- Evno, K. M., Setiawan, D. V., & Dimi, A. (2024). Peranan Culture Terhadap Batik Pekalongan Sebagai Daya Tarik Nasional Terhadap Perkembangan Zaman. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(2), 1216-1228.
- Evno, K. M., Setiawan, D. V., & Dimi, A. (2024). Peranan Culture Terhadap Batik Pekalongan Sebagai Daya Tarik Nasional Terhadap Perkembangan Zaman. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(2), 1216-1228.
- Ferdiansyah, M. R., & Abadi, M. T. (2023). Faktor Keberhasilan Usaha Batik Pekalongan (Studi Kasus Usaha Bisnis Batik Kafina di Pekalongan). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(3), 64-74.
- Insani, G. M., & Febriani, R. (2023). PERANCANGAN WORK WEAR SEMI FORMAL BAGI WANITA DENGAN GAYA HIDUP MODERN DAN PERENCANAAN BISNISNYA. *eProceedings of Art & Design*, 10(3).
- Khoeriyah, Y. (2021). Identifikasi kurikulum dan sarana prasarana melalui analisis SWOT dalam upaya peningkatan mutu pembelajaran di MI Sekolah Alam. *Eduvis: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 9-19.
- Mardiah, A. (2018). Pengaruh Penampilan Modis Terhadap Pengembangan Karir Karyawan Perempuan Pada Bank Danamon Cabang Pekanbaru. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, 9(2), 134-148.

- Ozyaprak, M. (2016). The effectiveness of SCAMPER technique on creative thinking skills. *Journal for the Education of Gifted young scientists*, 4(1), 31-40.
- Pernanda, S. A., & Siagian, M. C. A. (2020). Pengolahan Mixed Material yang Berpotensi sebagai Embellishment 3D pada Busana. *eProceedings of Art & Design*, 7(2).
- Ramadhani, D., Sumiati, A., & Handarini, D. (2021). Pengaruh profitabilitas, financial leverage, kepemilikan publik, dan ukuran perusahaan terhadap perataan laba. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 2(3), 579-599.
- SAFITRI, K. N. (2021). *ANALISIS DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN PADA TOKO BAJU BATIK MULTAZAM MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Santiyuda, P. C., Purnawan, N. L. R., & Gelgel, N. M. R. A. (2023). Kampanye# Berkaingembira Dalam Membangun Kesadaran Generasi Z Akan Budaya Berkain. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 12(1), 1-12.
- Suherini, T. (2021). BURUNG MERAK HIJAU SEBAGAI SUMBER IDE PENCIPTAAN MOTIF BATIK PADA BUSANA KERJA WANITA. *Ornamen*, 18(1).
- TSURU, T., SUGAHARA, M., & NISHIMURA, H. (2019). A classification method for silhouettes of various clothes. In *International Symposium on Affective Science and Engineering ISASE2019* (pp. 1-4). Japan Society of Kansei Engineering.
- Verrue, J. (2014). A critical investigation of the Osterwalder Business Model Canvas: an in-depth case study. In *Belgian Entrepreneurship Research Day*.
- Waryani, E. W., & Febriani, R. (2023). PERANCANGAN DAN PERENCANAAN BISNIS BUSANA KERJA SEMI FORMAL DENGAN PEWARNA ALAM UNTUK WANITA HIDUP SEHAT. *eProceedings of Art & Design*, 10(3).
- Wulandari, A. (2018). *Kombinasi Papaver, Motif Truntum, dan Motif Mega Mendung pada Batik Tulis Kain Panjang* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Yasnidawati, Y., & Marini, I. (2021). Pengembangan Modul Busana Kerja Sebagai Sumber Belajar Mahasiswa Tata Busana. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(3), 461-469.
- Yuliarti, I., Jaya, A. S., & Herawati, H. (2022). Pelatihan Batik Cap Dalam Rangka Meningkatkan Kreativitas Pengunjung Rumah Batik Komar Kota Bandung. *Jurnal Dehasen Mengabdikan, 1(2)*, 105-114.
- Yuniawan, T., Rokhman, F., & Zulaeha, I. (2020). Eco-linguistic analysis on Flora and fauna lexicons on the motifs of batik Pekalongan, Indonesia. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(5), 6549-6566.

#### **Sumber website:**

Sampoernauniveristy. (2022, 25 Mei). Teknik Purposive Sampling: Definisi, Tujuan, dan Syarat. Diakses pada 13 Juni 2024, dari <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/purposive-sampling-adalah/>