

Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Masyarakat modern mulai menyadari pada konsumsi pakaian sesuai dengan kebutuhan yang menunjang aktivitas sehari-hari. Konsep *capsule wardrobe* muncul dari permasalahan individu yang bingung memilih pakaian untuk tampilan berbeda dalam aktivitas hariannya. *Capsule wardrobe* merupakan serangkaian pakaian pribadi esensial berjumlah sedikit yang berisi pakaian penting, klasik, dan berjangka panjang serta dapat dikenakan sepanjang tahun tanpa bergantung pada pergantian musim (Bang & DeLong, 2022). Lebih dari sekadar tren *fashion* yang temporer, metode *capsule wardrobe* menekankan fungsionalitas dan berkaitan dengan faktor gaya, gaya hidup, dan kebutuhan (Rees, 2016). Rees dalam bukunya "*The Curated Closet*" (2016), menegaskan bahwa metode *capsule wardrobe* sangat cocok untuk individu dengan *dress code* kerja harian, yang membutuhkan serangkaian pakaian fungsional dan sopan untuk aktivitas profesional. Sehingga pengadaptasian konsep ini dapat menjadi solusi kebutuhan berpakaian tanpa memerlukan jumlah pakaian berlebihan untuk wanita karier.

Terungkap bahwa 91% wanita yang bekerja menghadapi kesulitan dalam pemilihan pakaian untuk kegiatan kantor, rapat dengan klien, serta pertemuan langsung (Elting, 2024). Sehingga terdapat urgensi dalam mencari solusi praktis bagi permasalahan busana kerja wanita. Upaya dalam memaksimalkan tampilan pakaian dengan desain yang diadaptasi dari metode *capsule wardrobe*, penelitian Faresky (2021) merancang busana wanita *new normal career wear* yang mengadaptasi konsep *capsule wardrobe* menggunakan penambahan detail berupa *adjustable drawstring*. Faresky (2021) menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar lebih mendalami konsep *capsule wardrobe* dengan menambahkan lebih banyak kombinasi pakaian dan detail lainnya sebagai alternatif baru dalam menciptakan gaya yang sesuai preferensi konsumen, sehingga dalam upaya memaksimalkan beragam tampilan dari satu pakaian dapat melalui penambahan variasi fitur *adjustable* sebagai inovasi terbaru. Dorongan kreativitas konsumen terhadap pakaian

adjustable semakin memperkuat urgensi penelitian ini sebagai solusi kreatif dalam mengelola pakaian, seperti pada penggunaan pinggang dan *cuff* elastis pada celana *trouser*, tali pengikat di belakang gaun untuk mempertegas lekuk tubuh, penggunaan peniti untuk transformasi gaya, hingga tren mengenakan pakaian dengan cara tidak konvensional, yang mencerminkan perubahan paradigma penting tentang cara masyarakat berinteraksi dengan pakaian (Birch & Allouèche, 2023) dan menegaskan pentingnya pengembangan fitur *adjustable* dalam konsep busana profesional modern.

Fitur *adjustable* pada industri *fashion* telah diterapkan oleh beberapa *brand* lokal seperti Shopatvelvet, Executive, dan Look Boutique Store melalui pemanfaatan elemen *fastenings* berupa kancing, tali, atau gesper untuk menciptakan tampilan beragam dan menyesuaikan siluet untuk berbagai bentuk tubuh konsumen. Namun, pengaplikasian variasi fitur *adjustable* dengan beragam material pada letak dan jenis busana lain masih terbatas, sedangkan potensinya sangat besar untuk menciptakan variasi tampilan dalam satu produk. Berdasarkan pemaparan tersebut, terdapat peluang usaha dalam perancangan inovatif yang menerapkan konsep *capsule wardrobe* dengan pengaplikasian variasi fitur *adjustable* dalam bentuk serangkaian busana kerja wanita karier di perusahaan korporat. Melalui pendekatan metode *design thinking* dapat terfokus pada kebutuhan konsumen, sehingga hasil dari penelitian ini dapat menjawab kebutuhan berpakaian sehari-hari bekerja untuk wanita korporat.

I.2 Identifikasi Masalah

Dengan adanya pemaparan latar belakang diatas, dapat disimpulkan bahwa identifikasi masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Adanya potensi pengembangan variasi fitur *adjustable* untuk diterapkan pada busana kerja wanita dengan konsep *capsule wardrobe*, dan
2. Adanya potensi pengembangan bisnis produk *fashion* dengan penerapan fitur *adjustable* pada busana kerja dengan konsep *capsule wardrobe* untuk wanita korporat.

I.3 Rumusan Masalah

Dengan adanya identifikasi permasalahan yang didapat, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengembangan variasi fitur *adjustable* untuk diterapkan pada busana kerja wanita dengan konsep *capsule wardrobe*?
2. Bagaimana pengembangan bisnis dari produk *fashion* dengan penerapan fitur *adjustable* pada busana kerja dengan konsep *capsule wardrobe* untuk wanita korporat?

I.4 Batasan Masalah

Dengan adanya rumusan masalah yang didapat, maka batasan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Penggunaan material yang adem dan tidak mudah kusut, warna dan motif tidak mencolok serta mudah dipadupadankan, menyesuaikan dengan konsep *capsule wardrobe*, dan
2. Pengaplikasian variasi fitur *adjustable* dengan elemen *fastenings* menggunakan berbagai jenis material detail busana pada berbagai jenis busana kerja wanita, dan
3. Pengembangan bisnis produk *fashion* dengan target pasar untuk wanita berusia 25-35 tahun yang bekerja di perusahaan korporat Kota Jakarta.

I.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menciptakan produk dengan menerapkan variasi fitur *adjustable* pada busana kerja wanita dengan konsep *capsule wardrobe* untuk memudahkan tampil bervariasi dan menjawab kebutuhan berpakaian untuk sehari-hari bekerja, dan
2. Menciptakan pengembangan bisnis *fashion* yang inovatif dengan produk yang menerapkan fitur *adjustable* pada busana kerja dengan konsep *capsule wardrobe* untuk wanita korporat sebagai target pasar.

I.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Menambah dorongan kreativitas wanita korporat dalam menciptakan tampilan yang berbeda-beda dalam bentuk busana kerja dengan konsep *capsule wardrobe* sehingga bertahan dengan jangka waktu yang lama,
2. Menjadi salah satu inspirasi pengembangan produk *fashion* dengan tampilan lebih bervariasi melalui penerapan fitur *adjustable* dalam konsep *capsule wardrobe*.

I.7 Metode Penelitian

Adapun metodologi yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah penggunaan metode kualitatif dengan pendekatan metode *design thinking*. Melalui metode kualitatif disesuaikan dengan lima tahapan dalam metode *design thinking* diantaranya: *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test*.

I.7.1 *Emphatize*

Pada tahap *Emphatize* melakukan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi yang berkaitan dengan penelitian.

1. Wawancara

Pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab dengan narasumber yang berkaitan dengan *brand* pembanding yang memiliki

koleksi dengan metode *capsule wardrobe*. Serta melakukan tanya jawab dengan narasumber yang berpotensi sebagai target pasar dan berkorelasi dengan penelitian untuk mendapatkan perspektif konsumen.

2. Observasi

Pengumpulan data dengan melakukan identifikasi jenis busana kerja yang seringkali ditawarkan di pasaran dalam tiga tahun terakhir hingga saat ini, pada 5 *brand* yang fokus pada busana kerja formal atau semi-formal. Selain itu, mengidentifikasi *brand fashion* yang mengaplikasikan fitur *adjustable* pada produknya.

I.7.2 *Define*

Pada tahap *Define* melakukan analisis data berdasarkan dari hasil pengumpulan data menggunakan metode analisis *SWOT*.

I.7.3 *Ideate*

Tahap *Ideate* mengolah data dalam bentuk *moodboard* untuk pertimbangan produk atau sebagai acuan eksplorasi.

1. Eksplorasi

Pengamatan hasil percobaan yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pada tahap ini dilakukannya eksplorasi untuk mengamati variasi fitur *adjustable* yang sudah ada di pasaran dan mencari fitur potensial untuk diaplikasikan pada busana yang dibutuhkan.

I.7.4 Prototype

Tahapan *Prototype* digunakan sebagai pembuktian ide dalam bentuk konsep perancangan dan melakukan desain inovatif menggunakan metode *SCAMPER*, serta melakukan pembuatan produk fisik.

I.7.5 Test

Tahapan *Test* melakukan pengujian hasil perancangan melalui *Alpha Customer Test* pada target pasar yang sesuai.

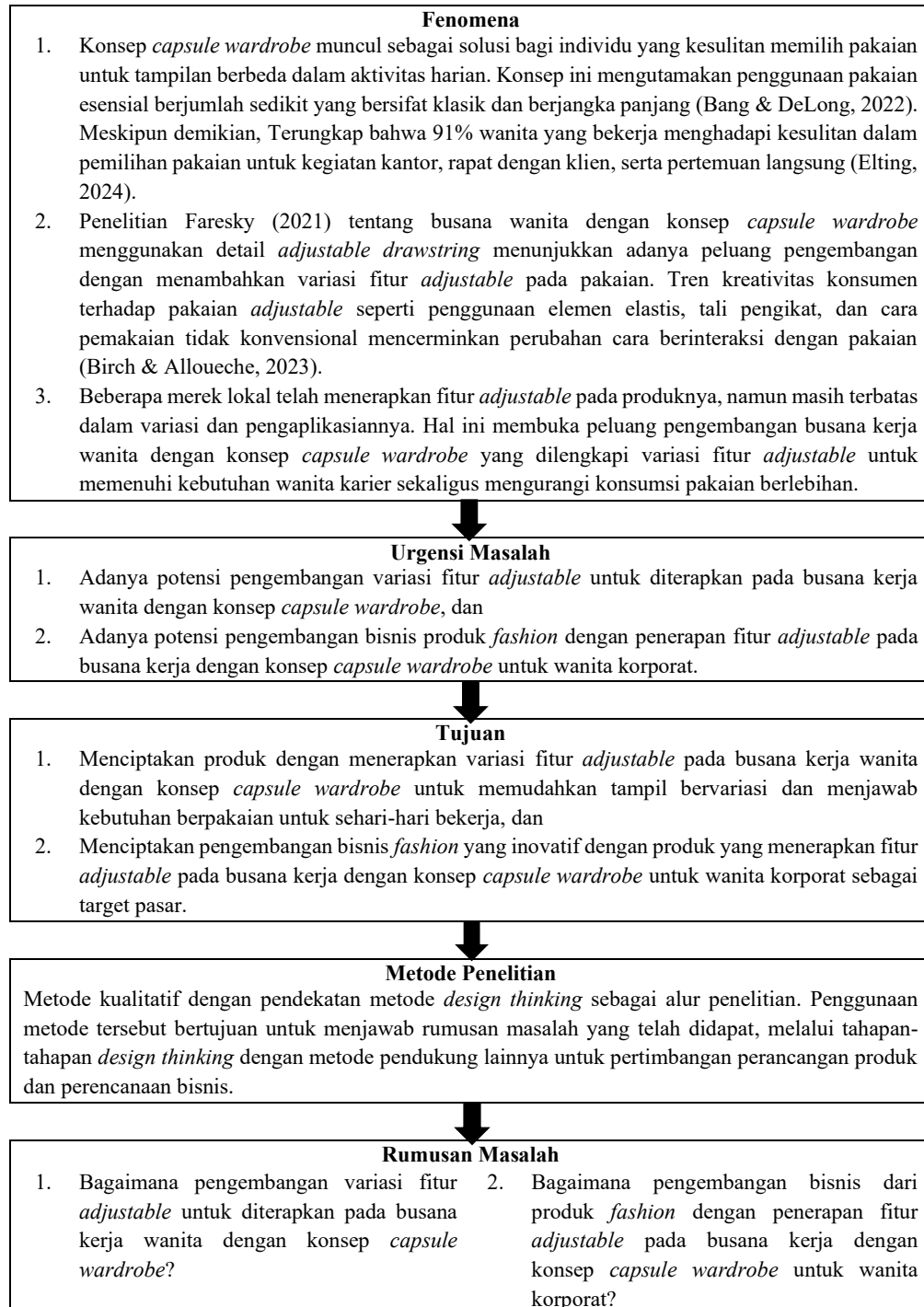
1. Alpha Customer Test

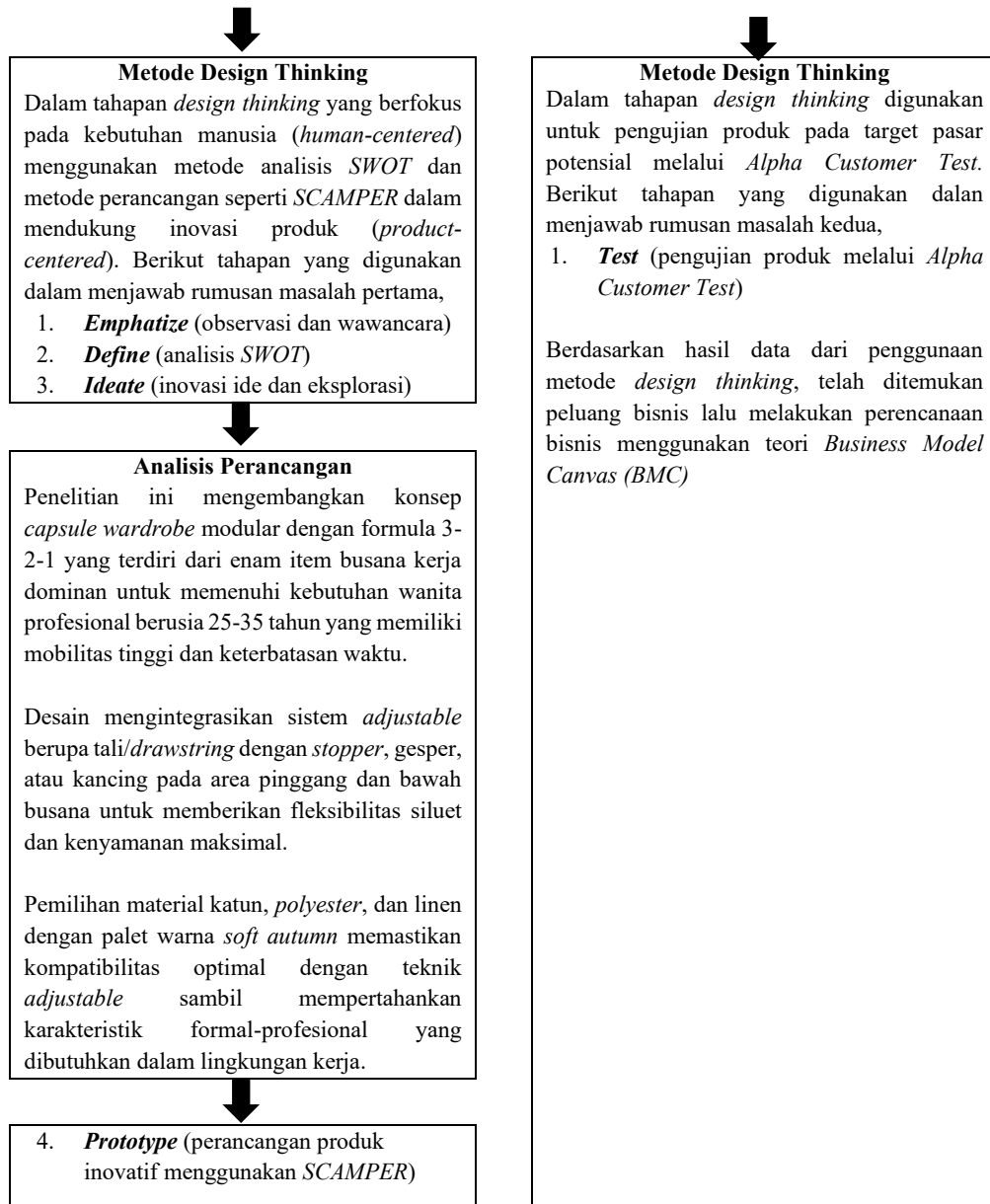
Pengujian produk melalui pengumpulan data umpan balik langsung dari pengguna yang mencoba produk yang dibuat. Bertujuan untuk mengevaluasi kualitas produk, efektivitas desain, serta menemukan potensi masalah yang mungkin tidak terdeteksi selama proses pengembangan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan target pasar.

I.8 Kerangka Penelitian

Adapun kerangka dari penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Kerangka Penelitian





(Sumber: Data Penulis, 2025)

I.9 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini yang terdiri dari empat bab yakni:

BAB I PENDAHULUAN

Penjelasan mengenai pemahaman garis besar pada topik penelitian yang berisi dengan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, kerangka penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Penjelasan mengenai teori dalam metode perancangan yang digunakan yaitu *design thinking*, *SCAMPER*, dan *SWOT*, teori klasifikasi busana kerja, konsep *capsule wardrobe*, teori *BMC* sebagai metode perencanaan bisnis dan teori elemen *fastenings* yang berkaitan dengan pengaplikasian *adjustable*.

BAB III METODE PENELITIAN DAN DATA LAPANGAN

Penjelasan mengenai hasil pengamatan dari proses yang dilakukan dari pengumpulan data yang menggunakan pendekatan metode *design thinking* melalui wawancara, observasi, analisis data, inovasi ide atau melakukan eksplorasi berdasarkan hasil analisa perancangan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penjelasan mengenai konsep dan perancangan produk yang akan dibuat serta hasil dari rangkaian proses yang telah dilakukan berdasarkan proses pendekatan metode *design thinking*. Hasil perancangan dilakukan pengujian produk pada target pasar potensial untuk mendapatkan peluang pasar hingga terdapat penyusunan strategi bisnis yang optimal.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Penjelasan mengenai kesimpulan, saran, dan rekomendasi dari hasil pengamatan penelitian yang telah dilakukan.