

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tren gaya hidup sehat saat ini dijalani dengan berbagai cara diantaranya dengan menjaga pola makan, mengontrol berat badan, dan aktif untuk berolahraga. Dilansir dari *womensmarketing.com*, sebuah studi terbaru menemukan *health and wellness* menjadi prioritas kedua dalam kehidupan milenial (53%) setelah keluarga (79%). Milenial membawa kebugaran kedalam keseharian mereka. Hal ini terlihat dari tren *athleisure look* alias gaya berpakaian atletik yang tidak hanya dikenakan dalam aktivitas olahraga, melainkan dalam kehidupan sehari-hari yang biasa dikenakan untuk aktivitas *outdoor*.

Aktivitas *outdoor* seperti *mountaineering* belakangan ini menjadi tren budaya baru bagi para penikmat alam dan masyarakat urban. Dimana dengan adanya media sosial belakangan ini seperti *instagram*, menjadi media promosi ajang keindahan alam. Gunung sebagai objek wisata sontak ramai di kunjungi oleh para pendaki seperti Gunung Rinjani, Lombok karena Gunung Rinjani sudah ditetapkan menjadi *geopark* dunia dalam sidang *Unesco Executive Board*, peningkatan status tersebut membuat perubahan kawasan Gunung Rinjani, salah satunya kawasan Gunung Rinjani akan semakin dipromosikan ke masyarakat internasional (Mahsul,2018). Di sisi lain peralatan *mountaineering* pun menjadi ramai dan meningkatkan produksi untuk kebutuhan peralatan *outdoor*.

Dengan mengutip ucapan Arief Husein, *Marketing Communication Manager* Eiger, “Jika biasanya pertumbuhan permintaan berada pada kisaran 20 persen *year on year* (yoy) tapi pada paruh pertama tahun ini melonjak hingga mencapai 30 persen dan kemungkinan kedepannya permintaan perlengkapan *outdoor* akan terus meningkat.” (Husein,2018) Meningkatnya permintaan pasar di Indonesia dan pilihan yang tersedia di pasar Indonesia masih kurang inovatif, dan kurang mengikuti tren untuk wanita urban.

Pilihan yang tersedia di pasar Indonesia seperti Eiger masih kurang inovatif dan kurang mengikuti tren dari segi desainnya menjadi hambatan tersendiri bagi para

penggiat kegiatan outdoor. Hal ini dikarenakan belum banyaknya produsen yang berfokus pada busana *activewear* yang variatif di Indonesia.

Maka dari itu, penulis tertarik untuk menciptakan busana *activewear* karena sesuai peruntukannya busana *activewear* adalah busana yang nyaman untuk digunakan untuk melakukan kegiatan olahraga tapi juga nyaman digunakan untuk kegiatan sehari – hari. Busana *activewear* yang akan diciptakan penulis melibatkan unsur kearifan lokal budaya sekitar yaitu budaya tenun ikat Lombok yang biasa dikenakan para pendaki dan juga masyarakat setempat yang ada di Gunung Rinjani, Lombok. dengan tujuan menciptakan busana *activewear* yang desainnya lebih bervariasi juga lebih mengikuti tren dari segi model maupun motif.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas penulis mengidentifikasi masalah dari penelitian sebagai berikut:

1. Produk yang pada umumnya dikenakan wanita urban untuk melakukan kegiatan outdoor masih kurang inovatif dan kurang mengikuti tren.
2. Minimnya pemilihan busana *activewear* yang tersedia di pasar Indonesia terutama untuk wanita.
3. Adanya peluang bisnis dengan menciptakan busana yang lebih inovatif dari segi desain maupun motif.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas penulis merumuskan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana cara menciptakan busana yang mendukung kaum wanita urban untuk tetap terlihat modis dan tetap nyaman untuk digunakan bepergian *traveling*?
2. Bagaimana penerapan tenun ikat Lombok pada busana *activewear* untuk wanita urban?
3. Bagaimana potensi peluang bisnis dari busana *activewear* dengan penerapan motif tenun ikat Lombok untuk wanita urban?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian penulis adalah sebagai berikut:

1. Penulis menggunakan material kain parasut, *fleece*, ribstop dan twill sebagai material utama.
2. Penulis menggunakan material kain tenun ikat Lombok sebagai aplikasi imbuhan.
3. Penulis merancang busana *activewear* untuk olahraga seperti *mountaineering*, *climbing* dan *hiking*.
4. Penulis menargetkan pasar wanita berusia 18 – 35th yang sering melakukan kegiatan *traveling*.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian penulis adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan busana *activewear* untuk wanita urban yang lebih inovatif dan lebih mengikuti perkembangan tren fashion.
2. Membuat sketsa desain busana *activewear* dengan menerapkan motif tenun ikat Lombok.
3. Membuat *Business Model Canvas* untuk mengetahui peluang bisnis dari busana *activewear outdoor sports* dengan penerapan motif tenun ikat Lombok untuk kaum wanita urban.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian penulis adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat meningkatkan kemampuan penulis dalam kreatifitas perancangan busana *activewear*.
2. Penelitian ini dapat memenuhi kebutuhan gaya hidup wanita urban yang melakukan kegiatan *outdoor sports*.
3. Penelitian ini dapat membangun kepekaan terhadap potensi perancangan busana *activewear* yang mengikuti perkembangan tren.

1.7 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan kualitatif dengan metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu:

1. Observasi lapangan mengenai busana *activewear* dan perkembangan produk yang sudah ada di pasar Indonesia.
2. Studi literature mengenai busana *activewear*, *outdoor sports*, perkembangan tren *fashion* melalui buku, jurnal ilmiah, media internet, media cetak dan lainnya.
3. Wawancara langsung dengan narasumber mengenai gaya hidup, perilaku serta kebutuhan target market.
4. Eksperimentasi dengan melakukan percobaan pada media perancangan busana *activewear*.

1.8 Sistematika Penulisan

Susunan penulisan penelitian ini terdiri dari:

1. Bab I terdiri dari : Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metodologi Penelitian dan Sistematika Penulisan.
2. Bab II terdiri dari : Gaya Hidup, Olahraga, *Outdoor Sports*, *Fashion*, *Sportswear*, Prinsip Desain, Kain Tenun, Teknik Printing, Trend Forecasting ISPO dan Peluang Usaha (*Bussiness Model Canvas*)
3. Bab III terdiri dari : Latar Belakang Perancangan, Konsep Perancangan, Hasil Eksplorasi, Desain Produk dan Produk Akhir.
4. Bab IV terdiri dari : kesimpulan dan saran.