

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pola hidup dengan slogan “*back to nature*” atau kembali ke alam telah menjadi tren masyarakat dunia. Pola hidup ini didasari bahwa segala sesuatu yang berasal dari alam adalah baik dan berguna serta menjamin adanya keseimbangan antara manusia dan alam (Chan 2001). Kesadaran konsumen terbentuk karena pola perilaku yang bertanggung jawab pada lingkungan dan menghormati eksistensi makhluk lain di bumi ini. Kesadaran konsumen berkaitan dengan kualitas lingkungan dan terpeliharanya sumber daya alam (Jiuan *et al.*, 2001).

Bukti yang mendukung peningkatan lingkungan ekologi ini adalah meningkatnya individu yang rela membayar lebih untuk produk-produk yang ramah lingkungan (Vlosky *et al.*, 1999; Maguire *et al.*, 2004). Dengan lekatnya opini masyarakat tentang segala sesuatu yang berasal dari alam adalah baik, maka di ikuti pula aktivitas/kegiatan dan minat dalam kesehariannya seperti selalu mempertimbangkan semua kegiatan yang dilakukan dan di konsumsi, apakah bijak dan sehat untuk manusia dan alam. Contohnya mengkonsumsi pangan sehat atau organik, penggunaan transportasi yang efisien, membeli suatu produk dengan pertimbangan jangka panjang. Faktanya tren bisnis produk yang ramah lingkungan sedang berkembang mulai dari makanan organik, produk pengganti plastik, produk olahan bekas pakai, obat-obatan organik, hingga kosmetik organik. *Vice President Business Development Lima Group, Pratama (2018)* mengatakan bahwa meski di Indonesia bisnis produk ramah lingkungan sedang bertumbuh, tapi jumlahnya masih relatif sedikit.

Atas dasar tersebut penulis melihat adanya peluang bisnis untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan produk ramah lingkungan berupa produk fesyen berbahan dasar alami. Sehingga penulis akan membuat busana menggunakan kain tradisional yaitu tenun *Gedog* Tuban, Jawa Timur. Karena menurut Ciptandi (2019), tenun *Gedog* tersebut dapat menjawab kebutuhan konsumen yaitu tekstil dengan bahan dasar serat alam karena dalam proses produksinya (penanaman

kapas hingga menjadi kain tenun) tidak menggunakan pestisida juga tanpa pemutih klorin dan pewarna sintetis kain ini sudah memberi warna dan karakter yang khas dan memberi kesan natural.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas penulis mengidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut:

1. Adanya kebutuhan fesyen bagi wanita urban yang menerapkan gaya hidup sehat "*back to nature*".
2. Adanya kebutuhan variasi busana dengan material yang sesuai untuk wanita urban.
3. Adanya potensi bisnis dari produk fesyen yang menggunakan material serat alam bagi wanita urban.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana memenuhi kebutuhan fesyen wanita urban yang memiliki gaya hidup sehat "*back to nature*"?
2. Bagaimana penerapan kain tenun Gedog pada busana *ready-to-wear* yang sesuai untuk wanita urban dengan gaya hidup sehat "*back to nature*"?
3. Bagaimana perencanaan bisnis dari produk fesyen yang menggunakan material kain serat alam?

## **1.4 Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan penyesuaian kebutuhan target market, dan untuk menambahkan nilai budaya Indonesia material yang akan digunakan adalah kain tenun Gedog dari Tuban, Jawa Timur yaitu tenun gedog putih padat, gedog lowo padat, dan gedog seser.

2. Produk yang dirancang ditujukan untuk wanita dengan usia sekitar 18-37 tahun yang berdomisili di Jakarta & Bandung.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Merancang produk fesyen dengan material kain serat alam untuk memenuhi kebutuhan wanita urban dengan gaya hidup sehat “*back to nature*”.
2. Menghasilkan produk fesyen *ready-to-wear* menggunakan kain tradisional Indonesia yaitu tenun Gedog Tuban
3. Menciptakan perencanaan bisnis untuk produk fesyen berdasarkan tren gaya hidup sehat “*back to nature*”.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan gaya hidup sehat “*back to nature*” dalam memilih produk fesyen yang selaras dengan alam.
2. Memberi inovasi pada produk fesyen *ready-to-wear* dengan menggunakan kain tradisional tenun *gedog*.
3. Dapat mengembangkan pengetahuan dalam perencanaan bisnis fesyen.

### **1.7 Metodologi Penelitian**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan metode pengumpulan data sebagai berikut:

#### **a. Studi Literatur**

Melakukan pengumpulan data dengan referensi kepustakaan dari buku, jurnal penelitian dan internet dengan sumber terpercaya yang membahas tentang gaya hidup, *fashion*, tekstil, serat, tenun gedog, dan BMC

#### **b. Eksperimen**

Melakukan eksperimen yaitu eksplorasi pola yang menghasilkan *prototyping* 1:2, eksplorasi material yaitu tenun Gedog, membuat perencanaan bisnis menggunakan *business model canvas* dan membuat budgeting bayangan.

c. Observasi

Melakukan observasi lapangan, survei melalui kuisioner dan wawancara untuk mencari data yang berkaitan dengan gaya hidup, kebutuhan fesyen, dan tenun gedog.

## 1.8 Sistematika Penulisan

a. BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan perihal Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metodologi Penelitian dan Sistematika Penulisan.

b. BAB II Studi Literatur

Dalam bab ini menjelaskan dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan dari berbagai literatur sebagai landasan penelitian ini yaitu: Pengertian Gaya Hidup Sehat, Pengertian *Fashion*, Tekstil, Serat, Tenun, Tenun Gedog, dan BMC

c. BAB III Konsep dan Proses Berkarya

Dalam bab ini berisi Latar Belakang Perancangan, Data Literatur, Data Survei, Data Eksplorasi Awal, Analisa Perancangan, Konsep Perancangan, Deskripsi Konsep, Konsep Lifestyle Board, *Customer Profile* / Target market, dan BMC, Sketsa Produk, Proses Produksi, dan *Merchandise*.

d. BAB IV Penutup

Dalam bab ini ditutup dengan Kesimpulan dan Saran.