

## PENGEMBANGAN DESAIN *FORMAL WORK WEAR* UNTUK WANITA MODERN PEKERJA KANTORAN DI ERA PANDEMI COVID 19 DAN PELUANG BISNISNYA

Lintang Kusuma Wardani<sup>1</sup>, Rima Febriani<sup>2</sup> Widia Nur Utami B<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Telkom, Bandung

lintaangk@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>, rimafebriani@telkomuniveristy.ac.id<sup>2</sup>

widianur@telkomuniversity.ac.id<sup>3</sup>

### ABSTRAK

Di zaman sekarang ini, fenomena wanita bekerja bukan merupakan suatu hal yang baru dalam masyarakat dan membuat tidak adanya batasan bagi seorang wanita untuk bekerja. Sedangkan modern berarti mutakhir, atau sikap dan cara berpikir yang sesuai dengan tuntutan zaman. Wanita pekerja dengan gaya hidup modern adalah wanita yang memiliki gaya hidup modern dikarenakan ingin mengaktualisasi diri untuk dapat menemukan makna hidupnya melalui aktifitas yang lain selain di rumah, seperti bekerja atau merah karir yang setinggi-tingginya serta mengikuti perkembangan zaman dan teknologi. Akibat merebaknya virus Covid-19 di awal tahun 2020 yang sampai saat ini masih menjadi pandemi di seluruh dunia termasuk di Indonesia, salah satu upaya untuk mengurangi penyebarannya adalah melalui pembatasan aktivitas di luar rumah seperti melakukan *work from home (WFH)*. Salah satu masalah dari *WFH* yang dihadapi para wanita modern pekerja kantoran adalah saat harus melakukan pekerjaan tatap muka dengan *client* atau atasan dan harus menggunakan pakaian formal agar terlihat profesional dalam bekerja yang juga nyaman digunakan dalam kegiatan bekerja sehari-hari. Dari fenomena tersebut, penulis melihat adanya peluang bisnis dalam menciptakan *formal work wear* yang dapat menunjang kegiatan bekerja para wanita modern pekerja kantoran serta mengikuti *trend*. Hasilnya juga diharapkan dapat menjadi inspirasi peluang usaha bagi para pelaku *fashion* di Indonesia dan dapat menunjang kegiatan para wanita modern pekerja kantoran dalam melakukan aktivitas bekerja secara *WFH*.

Kata Kunci : *Formal Work Wear, Modern, Work From Home, Pekerja Kantoran, Peluang Bisnis*

**ABSTRACT**

*In this era, the phenomenon of working women is nothing new in society and there are no restrictions for a woman to work. Meanwhile, modern means the latest, up-to-date, or attitudes and ways of thinking that meet the demand of time. Thus, working women with a modern lifestyle are those who have a modern lifestyle because they want to express themselves in order to find the meaning of life through other outdoor activities such as working or achieving the highest career and following the technological advancement. The outbreak of Covid-19 (Coronavirus Disease-2019) in early 2020, which is still considered a global pandemic, including in Indonesia, impact many things and aspects. One of the solutions to reduce its spread is by limiting activities outside home such as doing work from home (WFH). One of the problems by doing WFH for modern woman office workers is when they have to do face-to-face meeting with clients or boss. In this case, a woman office worker who have to work from home (WFH) must wear formal clothes not only to look professional at work but also comfortable enough for daily activities. From this phenomenon, the writer notice a business opportunity to create formal work wear that can support the work activities of modern woman office workers and follow the trends as well. For additional concept of the product that will be created, the writer uses stylized local motifs of orchid moon flower content with an exploration of embroidery techniques as decorative elements. The results are expected to be an inspiration for business opportunities in fashion industries in Indonesia and to support the work activities of modern woman office workers in carrying out WFH.*

*Keywords: Formal Work Wear, Modern, Work From Home, Office Worker, Business Opportunity*

## PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, fenomena wanita bekerja bukan merupakan hal yang baru dalam masyarakat. Perkembangan zaman dan teknologi membuat tidak adanya batasan bagi seorang wanita untuk bekerja, terutama di bidang karir baik dalam sosial, kultural, ekonomi, maupun politik. Pada umumnya, manusia mempunyai kebutuhan akan aktualisasi diri untuk dapat menemukan makna hidupnya melalui aktifitas yang lain selain di rumah. Kebutuhan akan aktualisasi diri seorang wanita yaitu melalui profesi ataupun karier merupakan salah satu jalan yang banyak diambil oleh para wanita pada zaman *millenials* atau modern sekarang ini, terlebih lagi terbukanya banyak kesempatan yang sama bagi wanita untuk dapat meraih karier setinggi-tingginya (Maslow dalam Nurislamiyah, 2020). Sedangkan modern berarti terbaru, mutakhir, atau sikap dan cara berpikir yang sesuai dengan tuntutan zaman, kemudian modernisasi selanjutnya diartikan sebagai proses pergeseran sikap dan mentalitas sebagai warga masyarakat untuk bisa hidup sesuai dengan tuntutan masa kini. Jadi wanita pekerja dengan gaya hidup modern adalah wanita yang memiliki gaya hidup modern dikarenakan ingin mengaktualisasi diri untuk dapat menemukan makna hidupnya melalui

aktifitas yang lain selain di rumah seperti bekerja atau meraih karier yang setinggi-tingginya, mengikuti perkembangan zaman, teknologi, aktif menggunakan media sosial, mudah berbaur dan berteman dengan orang-orang yang baru serta mengikuti *trend* yang sedang berkembang. Di awal tahun 2020, seluruh dunia digemparkan dengan merebaknya virus yaitu *coronavirus* jenis baru (*SARS-CoV-2*) atau penyakit yang disebut dengan *Coronavirus disease 2019 (COVID-19)* yang berasal dari Wuhan, Tiongkok dan ditemukan pada akhir Desember tahun 2019. Salah satu upaya untuk mengurangi penyebarannya adalah melalui pembatasan aktivitas di luar rumah seperti melakukan *work from home* ataupun pembelajaran secara daring. Dari fenomena di atas dan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa salah satu masalah akibat *work from home* yang dihadapi para wanita modern pekerja kantoran adalah saat harus melakukan pekerjaan daring dengan *client* atau atasan dan harus menggunakan pakaian formal agar terlihat profesional dalam bekerja tetapi tetap mengedepankan kenyamanan pemakainnya. Dalam upaya menunjang kegiatan *work from home* dan mengatasi masalah diatas, maka dalam penelitian ini akan membuat desain pakaian *formal work wear* wanita yang dapat menjadi solusi bagi para wanita modern pekerja kantoran

yang melakukan aktivitas bekerja. Dengan memakai material yang berkualitas sehingga nyaman digunakan sehari-hari dalam melakukan aktivitas bekerja serta pengaplikasian stilasi motif bunga anggrek bulan dengan teknik bordir mesin pada pakaian. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi inspirasi peluang usaha bagi para pelaku *fashion* di Indonesia, dapat menunjang kegiatan para wanita modern pekerja kantoran dalam melakukan aktivitas bekerja, serta agar tetap bersemangat bekerja di era pandemi Covid-19 ini.

### **Identifikasi Masalah**

Adanya potensi pengembangan desain *formal work wear* bagi para wanita modern pekerja kantoran yang dapat digunakan dalam melakukan aktivitas bekerja di era pandemi Covid-19 serta adanya peluang bisnis pada pengembangan *formal work wear* bagi para wanita modern pekerja kantoran yang dapat digunakan dalam melakukan aktivitas bekerja di era pandemi Covid-19.

### **Rumusan Masalah**

Bagaimana pengembangan desain *formal work wear* bagi para wanita modern pekerja kantoran yang dapat digunakan dalam melakukan aktivitas bekerja di era pandemi Covid-19 dan bagaimana peluang

bisnis pada *formal work wear* bagi para wanita modern pekerja kantoran yang dapat digunakan dalam melakukan aktivitas bekerja di era pandemi Covid-19.

### **Batasan Masalah**

#### 1. Material

Material yang digunakan adalah material berkualitas dengan 100% *polyester micro fibre* yang mempunyai daya tahan tinggi terhadap pencucian yang berulang dan tahan panas matahari, tidak gerah serta mudah menyerap keringat yaitu kain *Textile One Rassio Premium*.

#### 2. Teknik

Teknik yang digunakan adalah teknik bordir mesin manual dikarenakan eksplorasi teknik ini mudah diproduksi secara massal, tidak mengganggu kenyamanan fungsi pakaian dan membuat pakaian menjadi lebih elegan.

#### 3. Lokasi

Lokasi yang dijadikan sebagai target market adalah kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bogor dan Bandung.

#### 4. Produk

Produk yang dihasilkan adalah setelan *formal work wear* wanita.

#### 5. Peluang Bisnis

Peluang bisnis yang dapat dikembangkan adalah pengembangan desain *formal work wear* bagi para wanita modern pekerja kantoran yang dapat digunakan dalam

melakukan aktivitas bekerja di era pandemi Covid-19.

### **Tujuan Penelitian**

Membuat pengembangan desain *formal work wear* bagi para wanita modern pekerja kantoran yang nyaman digunakan dalam melakukan aktivitas bekerja di era pandemi Covid-19 dan mengetahui peluang bisnis dari pengembangan desain *formal work wear* bagi para wanita modern pekerja kantoran dengan desain pakaian yang mengikuti *trend* serta nyaman untuk digunakan dalam melakukan aktivitas bekerja sehari-hari di era pandemi Covid-19.

### **Manfaat Penelitian**

Mengashilkan varian desain *formal work wear* bagi para wanita modern pekerja kantoran yang dapat menunjang aktivitas bekerja di era pandemi Covid-19 yang diminati oleh target market dan dapat menjadi peluang bisnis produk atau *brand formal work wear* bagi para wanita modern pekerja kantoran.

### **Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Studi Literatur

Metode pengumpulan data melalui media cetak seperti buku-buku, jurnal, skripsi atau *e-book* yang dapat memberi informasi tentang fenomena pandemi Covid-19, *work from home* maupun wanita pekerja modern, *business model canvas*, serta desain yang akan digunakan dalam pembuatan produk.

#### 2. Kuesioner

Melakukan metode pengumpulan data melalui menyebar kuesioner secara kelompok untuk mendapatkan informasi tentang para wanita modern pekerja kantoran saat melakukan *work from home* maupun *work from office* di era pandemi Covid-19 ini, menyebar kuesioner secara mandiri ke calon *target market* untuk mendapatkan data untuk pertimbangan produk *fashion* yang dapat digunakan saat melakukan aktivitas bekerja di era pandemi Covid-19, serta kuesioner ketertarikan desain pakaian yang akan diproduksi terhadap *target market*.

#### 3. Wawancara

Mewawancarai 3 narasumber yang bekerja sebagai Jurnalis Kompas TV, *Sales Engineering*, *HRD* salah satu perusahaan *Outsourcing* di Jakarta dengan rentang umur 22-35 tahun serta berdomisili di Jakarta, Bogor dan Bandung. Tujuan dari wawancara ini adalah mendapatkan informasi dan data tentang wanita modern pekerja kantoran dalam melakukan aktivitas bekerja di era pandemi Covid-19.

#### 4. Eksplorasi

Eksplorasi dilakukan adalah melakukan stilasi motif lokal konten dari bunga anggrek bulan dan mencoba teknik bordir yang tepat agar sesuai untuk di aplikasikan pada material yang akan di olah dan dibuat sehingga menghasilkan nilai tambah pada produk tersebut.

### **Sistematika Penulisan**

#### Bab I Pendahuluan

Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah yang menjelaskan adanya potensi dan kebutuhan para wanita pekerja modern pada fenomena *work from home* di era pandemi Covid-19. Kemudian diperoleh identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaatnya. Lalu di batasi dengan batasan masalah yang akan menjadi acuan dalam laporan penelitian serta menjelaskan tujuan dan manfaat penelitian, metodologi yang digunakan dalam penyusunan penelitian, dan sistematika penulisan laporan penelitian.

#### Bab II Studi Literatur

Bab ini berisikan tentang penjelasan hasil kuesioner, wawancara ,dan studi literatur yang telah dilakukan untuk digunakan sebagai landasan dalam penelitian.

#### Bab III Data dan Analisa Perancangan

Bab ini menjelaskan tentang data primer seperti hasil wawancara, observasi, atau data mengenai informan, data sekunder seperti studi literatur, hasil eksplorasi

awal, dan analisa perancangan yang disajikan dalam bentuk skema.

#### Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Bab ini menjelaskan tentang konsep perancangan yang meliputi analisa *brand* pembanding, deskripsi konsep, konsep *imageboard*, target market dan *lifestyleboard*, desain produk yang meliputi sketsa produk, proses produksi, konsep *merchandise* serta produk akhir yang meliputi visualisasi produk dan visualisasi merchandise serta perencanaan bisnis menggunakan *Business Model Canvas*

#### Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan tentang kesimpulan penelitian, kritik dan saran yang telah dilakukan agar dapat menjawab semua permasalahan yang telah dipaparkan dan sebagai pelajaran bagi peneliti ketika melakukan penelitian lain untuk kedepannya.

### **STUDI LITERATUR**

#### **Busana**

Kata "busana" diambil dari bahasa Sanskerta "bhusana". Namun dalam bahasa Indonesia terjadi penggeseran arti "busana" menjadi "padanan pakaian". Dalam artian umum, busana adalah bahan tekstil ataupun bahan lainnya yang sudah melalui proses penjahitan ataupun tidak dijahit kemudian dipakai atau disampirkan guna untuk menutupi tubuh seseorang,

busana dalam artian sempit yaitu bahan tekstil yang sudah dijahit terlebih dahulu dan dipakai untuk menutupi tubuh seseorang (Shelvia dalam Sari, 2012). Selain itu, busana adalah segala sesuatu yang dipakai dari ujung kepala hingga kaki diantaranya mencakup pakaian dan *accessories* yang dapat disebut dengan busana (Shelvia dalam Iqra' Al-Firdaus, 2010:11).

### **Formal Wear atau Formal Clothing**

Pakaian formal digunakan dalam berbagai situasi seperti saat bekerja, bertemu dengan orang baru atau saat wawancara kerja. Selain itu, pakaian formal juga berfungsi untuk menandakan status sosial, *profesionalisme* dalam bekerja serta mendapatkan rasa hormat (Butler & Roesel, 1989, 1991; Lukavsky, Butler, & Harden, 1995). Orang yang menggunakan pakaian formal menggambarkan dirinya sebagai orang yang kompeten dan rasional dibandingkan dengan orang yang mengenakan pakaian *casual* yang terlihat lebih santai (Hannover & Kuhn, 2002; Peluchette & Karl, 2007).

### **Fashion Design atau Desain Busana**

Dikutip dari modul Desain Busana (2007) oleh Dra. Yusmerita, M.Pd Desain busana berasal dari bahasa Inggris yaitu "*Fashion Design*", *fashion* berarti "mode" sedangkan *design* adalah "merencanakan" (Yusmerita dalam Hasab Shadely, 2017). *Design* atau desain busana adalah sketsa atau

rancangan mode pakaian busana. "*Fashion design* ialah mencipta mode atau mencipta mode pakaian, yang dimaksud dengan mencipta ialah mengeluarkan perasaan yang kuat didorong oleh emosi sehingga menimbulkan atau membentuk suatu yang baru" (Yusmerita dalam Sri Adianti Karnil, 1986).

"*Any one can design clothes, but not every one can be a good and successful designer*", yang artinya "Seseorang bisa mendesain pakaian akan tetapi tidak setiap orang mampu dan sukses menjadi desainer yang baik" (Gloria Mortiner Dunn, 1974).

### **Unsur Rupa**

Dikutip dari buku Desain Busana (2003), dijelaskan bahwa untuk mendesain suatu model busana, unsur atau elemen desain harus menjadi satu kesatuan. Desain *fashion* memiliki kesatuan ketika semua elemen terasa bersatu, tidak ada unsur yang salah karena setiap elemennya merupakan esensi sebuah desain. Terdapat tujuh unsur desain busana, yaitu Titik, Garis, Bentuk atau Bidang, *Volume* atau Gempal, Warna dan Motif Kain, *Value* atau Nilai Tekstur Kain, dan Material

### **Prinsip Desain**

Untuk membuat suatu desain busana yang baik, harmonis, dan indah, diperlukan pengetahuan mengenai prinsip desain. Arifah A. Riyanto dalam buku Desain Busana (2003), menjelaskan bahwa terdapat lima prinsip desain yang terdiri

atas sebagai beriku : Kesatuan (*unity*), Keseimbangan (*balance*), Proporsi (*proportion*), Irama (*rhythm*), Pusat perhatian (*center of interest*).

### **Minimalis**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, minimalis berarti berkenaan dengan penggunaan unsur-unsur yang sederhana dan terbatas untuk mendapatkan efek atau kesan yang terbaik. *Less is more*, yang memiliki arti bahwa sesuatu yang sederhana tidak selalu buruk, kesederhanaan memiliki nilai lebih, dimana fitur dalam desain tidak diperlukan dan minimalis adalah sebuah kewajiban (Ludwig Mies van der Rohe, 2018).

### **Wanita Karir**

Abad 21 dicirikan dengan persaingan di dunia kerja dan peluang tersebut sangat terbuka bagi para wanita (Bhatnagar dan Radjadhyaksha, 2001). Melalui bekerja, wanita berusaha menemukan arti dan identitas dirinya, dan pencapaian tersebut mendatangkan rasa percaya diri dan kebahagiaan (Rini, JF, 2002.). Manusia mempunyai kebutuhan akan aktualisasi diri, dan untuk dapat menemukan makna hidupnya melalui aktifitas yang lain selain dirumah yang dijalaninya. Kebutuhan akan aktualisasi diri seorang wanita yaitu melalui profesi ataupun karier merupakan salah satu jalan yang banyak diambil oleh para wanita pada jaman *millenials* atau modern sekarang ini, terlebih lagi

terbukanya banyak kesempatan yang sama bagi wanita untuk dapat meraih karier yang setinggi-tingginya (Abraham Maslow, 1960). Wanita karier yang disibukkan dengan bekerja diluar rumah sering di istilahkan dengan wanita karir. Istilah “karir” dari segi bahasa adalah sebuah istilah yang tidak hanya mencakup keikutsertaan pada lapangan kerja tetapi lebih merupakan kesukaan atau ketertarikan pada pekerjaan upahan dalam waktu lama, atau paling tidak mendambakan kemajuan dan peningkatan dalam waktu tertentu (Jusmaliani, 2008).

### **Gaya Hidup**

Gaya hidup merupakan pola-pola tindakan yang membedakan satu orang dengan yang lain. Mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respon terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup seperti cara berpakaian, cara kerja, pola konsumsi, bagaimana individual mengisi kesehariannya dan merupakan unsur-unsur yang membentuk gaya hidup (Chaney dalam Suharso, 2013). Gaya hidup merupakan sebuah ciri dunia modern, atau modernitas. Artinya siapapun yang hidup dalam masyarakat modern, akan menggunakan istilah gaya tentang hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup merupakan pola-pola tindakan yang membedakan satu orang dengan yang lain. Mencakup sekumpulan kebiasaan,



pandangan dan pola-pola respon terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup seperti cara berpakaian, cara kerja, pola konsumsi, bagaimana individual mengisi kesehariannya merupakan unsur-unsur yang membentuk gaya hidup (Chaney dalam Suharso, 2013).

### **Gaya Hidup Modern**

Gaya hidup merupakan sebuah ciri dunia modern, atau modernitas. Artinya siapapun yang hidup dalam masyarakat modern, akan menggunakan istilah gaya tentang hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Dalam Kamus Bahasa Indonesia, istilah modern berarti sikap dan cara berpikir serta bertindak sesuai tuntunan zaman (KBBI dalam Tajuddin, 2008). Secara etimologi, kata modern merupakan bahasa Latin “*Modernus*” yang dibentuk dari dua kata “*modo dan ernus*” yang menunjuk pada arti periode waktu masa kini (Hartono dalam Tajuddin, 2012).

### **Work From Home atau Kerja Dari Rumah**

Akibat dari merebaknya virus Covid-19 di seluruh dunia begitupula di Indonesia, salah satu upaya untuk mengurangi penyebaran Covid-19 adalah melalui pembatasan aktivitas di luar rumah (Wilder-Smith & Freedman dalam Minto, 2020). Hal tersebut mengharuskan sebagian besar pekerja melakukan pekerjaannya dari rumah atau kerja dari

rumah (KDR)/ *work from home (WFH)*. KDR merupakan pekerjaan berbayar yang dilakukan dari jarak jauh, biasanya lebih banyak dilakukan dari rumah (Crosbie & Moore dalam Minto, 2020).

### **Covid-19**

Diawal tahun 2020, dunia digemparkan dengan merebaknya virus baru yaitu *coronavirus* jenis baru (*SARS-CoV-2*) dan penyakitnya disebut *Coronavirus disease 2019 (COVID-19)*. Diketahui asal mula virus ini berasal dari Wuhan, Tiongkok. Ditemukan pada akhir Desember tahun 2019. Sampai saat ini sudah dipastikan terdapat 65 negara yang telah terjangkit virus satu ini (Data WHO, 1 Maret 2020) (PDPI dalam Yuliana, 2020).

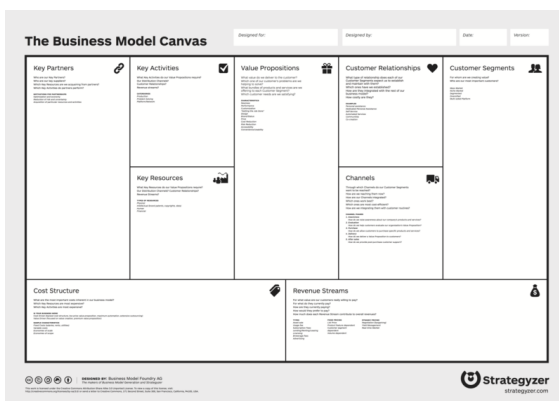
### **Peluang Bisnis**

Menurut Sunyoto (2013), peluang adalah kesempatan yang harus diambil oleh seseorang wirausaha untuk mewujudkan atau melaksanakan suatu usaha dengan keberanian mengambil risiko.

### **Business Model Canvas**

Dikutip dari Modul Pelatihan *Business Model Canvas* (2017), Bisnis Model Canvas adalah salah satu alat untuk membantu kita melihat lebih akurat bagaimana rupa usaha yang sedang atau kita akan jalani. Dengan *tools* ini kita seakan melihat bisnis dari gambaran besar namun tetap lengkap dan mendetail apa saja elemen-elemen kunci yang terkait dengan bisnis kita. Dengan demikian kita

bisa melihat gambaran utuh yang sangat membantu dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan seputar bisnis kita. Dengan mengevaluasi satu demi satu elemen-elemen kunci, kita jadi lebih mudah menganalisis apa yang kurang tepat dan akhirnya kita dapat mengambil langkah yang tepat untuk mencapai tujuan bisnis kita. Alexander Osterwalder dalam bukunya *Business Model Generation* (2014) menciptakan sebuah *framework* yang sederhana dan mudah dimengerti untuk menggambarkan bisnis, yaitu *Business Model Canvas*. Model Bisnis Kanvas merupakan model bisnis yang dituangkan kedalam gambar visual dan dibagi menjadi 9 blok atau aspek bisnis yang meliputi :



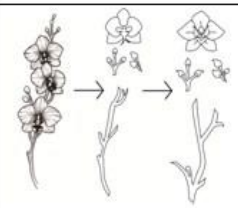
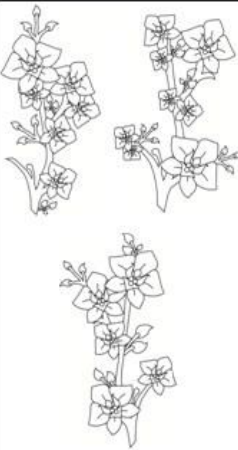


1. *Customer Segments* atau Segmen Pelanggan
2. *Value Proposition* atau Nilai Unggul
3. *Channel* atau Saluran
4. *Customer Relationship* atau Hubungan Pelanggan
5. *Revenue Stream* atau Sumber

6. *Key Resources* atau Sumber Daya Utama
7. *Key Activities* atau Aktivitas Kunci
8. *Key Partners* atau Mitra Utama
9. *Cost Structure* atau Struktur Biaya

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, proses perancangan dilakukan karena adanya fenomena dan urgensi masalah yang didapat berdasarkan data-data melalui sumber seperti literatur, wawancara, kuesioner, eksplorasi, dan analisa perancangan. Peneliti juga melakukan analisa *brand* pembanding yaitu *Minimal Stores*, *Sissae Indonesia* dan *Cloth Inc* untuk mengetahui dan membandingkan material, eksplorasi, desain pakaiannya dll. Berangkat dari merebaknya pandemi Covid-19 di seluruh dunia dan Indonesia dan fenomena *work from home* bagi para wanita modern pekerja kantoran sehingga muncul peluang bisnis untuk mengembangkan *formal work wear* untuk wanita modern pekerja kantoran sebagai penunjang dalam melakukan aktivitas bekerja di era pandemi Covid-19 ini. Berdasarkan data dan analisa, maka dilanjutkan dengan perancangam busana *formal work wear* wanita. Menentukan teknik perancangan dengan garis rancang pola *cutting loose fit*, memberi kesan modern, *clean* dan minimalis pada desain pakaiannya. Warna yang akan digunakan adalah warna *earth*

tone serta menggunakan motif lokal konten stilasi bunga anggrek bulan sebagai hiasan dekoratif pada pakaiannya. Eksplorasi awal yang dilakukan adalah menstilasi motif bunga anggrek bulan dan mencoba teknik bordir mesin manual. Pada ekplorasi awal, penulis memfokuskan pada teknik bordir *outline* dan *full* bordir.

TEKNIK	HASIL	KESIMPULAN
Stilasi motif bunga anggrek bulan.		Dari motif awal bunga anggrek bulan, di stilasi dan dipecah menjadi beberapa bagian bunga seperti kelopak, ranting, dan kuncupnya. Lalu bentuknya diperbaiki.
Mengkomposisikan ulang hasil stilasi motif bunga anggrek bulan.		Setelah motif asli bunga anggrek bulan di stilasi, dipecah menjadi beberapa bagian dan diperbaiki bentuknya, lalu di komposisikan ulang membentuk motif bunga anggrek bulan yang baru.]
Bordir mesin manual		Komposisi motif bunga anggrek bulan terbaru yang terpilih lalu di bordir pada kain <i>Textile One</i> dengan ukuran 10 cm x 5 cm, tetapi hanya <i>outline</i> motifnya saja. Hasilnya motif terlihat lebih rapi dan bagus dibandingkan dengan <i>full</i> bordir.
Bordir mesin manual		Komposisi motif bunga anggrek bulan terbaru yang terpilih lalu di <i>full</i> bordir pada kain <i>Textile One</i> dengan ukuran 10 cm x 5 cm. Hasilnya motif menjadi tidak terlalu jelas dikarenakan ukurannya yang kecil dan motif yang lumayan rumit serta kain menjadi bergelombang.

Gambar 1. Eksplorasi Awal

### Analisa Perancangan

Untuk memudahkan proses pembuatan analisa data untuk menjadi produk, penulis membuat alur dalam bentuk skema perancangan. Setelah membuat skema perancangan didapat bahwa analisa perancangannya adalah merancang *formal work wear* dengan konsep modern untuk wanita modern pekerja kantoran penggunaan material *Textile One Rasio Premium*. Disamping itu penggunaan warna material dengan warna *earth tone* atau *nude* yang. Penambahan sentuhan kearifan lokal dari motif bunga anggrek bulan juga dilakukan agar menambah nilai jual produk.

Setelah itu, penulis menggunakan metode kuesioner untuk membantu membaca keinginan dari *customer segment* dengan menerapkan beberapa masukan mengenai desain pakaian kedalam desain lanjutan. Pada desain lanjutan ini difokuskan dengan desain pakaian formal *work wear* dengan pola *cutting loose fit, clean, modern* dan minimalis pada desain pakaiannya dan perubahan pada beberapa letak motif.

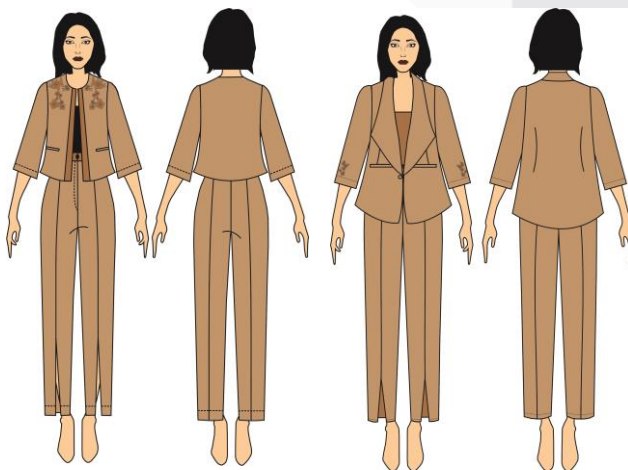
Gambar 3. Desain Terpilih



TEKNIK	HASIL	KESIMPULAN
Bordir mesin manual.		Hasil bordir menjadi lebih rapi dan jelas, warna benang yang digunakan juga diganti menjadi warna yang lebih gelap agar tidak terlalu kontras dengan warna kain yang akan digunakan.

Gambar 2. Eksplorasi Lanjutan

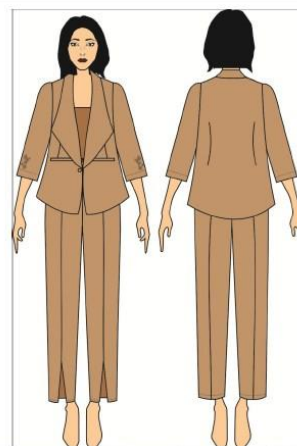
Berdasarkan topik penelitian perancangan produk untuk kebutuhan bisnis *fashion*, maka peneliti melakukan survey kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria sebagai *target market*. Survey tersebut menunjukkan bentuk respon dari *target market*, apakah desain yang telah dibuat tersebut sudah memenuhi kebutuhan, keinginan serta mendukung aktivitas bekerja mereka atau tidak. Lalu setelah dipilih 2 desain yang paling banyak diminati oleh *customer segment*.



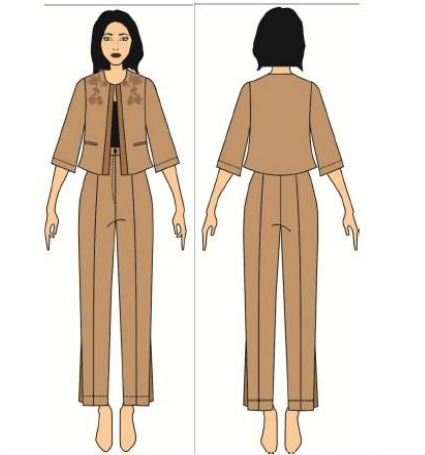
Gambar 4. Eksplorasi Terpilih

Dilanjutkan proses perancangan dengan membuat detail lembar *worksheet* dan *technical drawing* sebagai acuan dalam proses produksi. Setelah melakukan eksplorasi awal, analisa perancangan, eksplorasi lanjutan sampai eksplorasi terpilih terpilih, dibuatlah konsep *merchandise* lalu penyusunan *Business Model Canvas*. Berikut merupakan visualisasi produk penelitian untuk memenuhi kebutuhan pada mengenalkan konsep perancangan produk (Gambar 5,6,7,8,9).

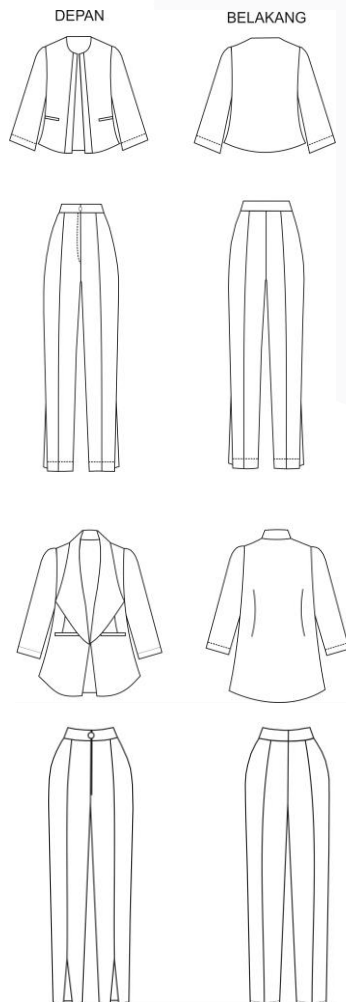
DESAIN : 4		TANGGAL PRODUKSI :	
1. Lingkar Badan	45 cm	1. Lingkar Pinggang	74 cm
2. Lebar Dada	35 cm	2. Lingkar Panggul	
3. Lebar Bahu	40 cm	a. I	
4. Lingkar Kerah	37 cm	b. II	95 cm
5. Lebar Punggung	39 cm	3. Lingkar Pesak	61 cm
6. Lingkar kerung Lengan	45 + 1 cm	4. Panjang	
7. Ling. Lengan/Siku/Pergelangan	17 cm	a. Celana	95,5 cm
8. Panjang Lengan	15 + 1 cm	b. Rok	
9. Lingkar Pinggang	41 cm	5. 1/2 Lingkar Paha	29 cm
10. Lingkar Panggul	48 cm	6. 1/2 Lingkar Lutut	23 cm
11. Panjang		7. 1/2 Lingkar kaki	17 cm
a. Kemeja			
b. Blazer/Jas	65 cm		
c. Dress			



DESAIN : 7	TANGGAL PRODUKSI :		
12. Lingkar Badan	45 cm	1. Lingkar Pinggang	74 cm
13. Lebar Dada	35 cm	2. Lingkar Panggul	
14. Lebar Bahu	40 cm	c. I	
15. Lingkar Kerah	37 cm	d. II	96 cm
16. Lebar Punggung	39 cm	3. Lingkar Pesak	61 cm
17. Lingkar Kerung Lengan	45 + 1 cm	4. Panjang	
18. Ling. Lengan/Siku/Pergelangan	17 cm	c. Celana	95,5 cm
19. Panjang Lengan	12 + 1 cm	d. Rok	
20. Lingkar Pinggang	41 cm	5. 1/2 Lingkar Paha	29 cm
21. Lingkar Panggul	48 cm	6. 1/2 Lingkar Lutut	23 cm
22. Panjang		7. 1/2 Lingkar Kaki	17 cm
d. keremeja			
e. blazer/jas	55 cm		
f. Dress			



Gambar 5. Worksheet



Gambar 6. Tehcnical Drawing



Gambar 7. Look 1





Gambar 8. Look 2



Gambar 9. Merchandise dan Box Packaging



The Business Model Canvas

<b>Key Partners</b> - Vendor material - Vendor jahit - Vendor bordir - Desainer grafis - Online admin - Jasa ekspedisi pengiriman (JNE, JNT dll)	<b>Key Activities</b> Proses sketsa desain untuk produksi, proses bordir, proses jahit, quality control, packaging, dan pengiriman ke customer melalui ekspedisi.  <b>Key Resources</b> Kain Tenite One Zuzia Premium dan valve bordir lokal konten bunga angrek bulan. Aset utama perusahaan : laptop, mesin jahit, alat jahit & alat tulis kantor.	<b>Value Propositions</b> Formal work wear wanita dengan pola cutting loose fit serta memberi kesan modern, clean dan minimalis pada desain pakainya.  Menggunakan material dengan kualitas yang bagus serta ukuran digunakan, tidak gerah, mudah menyerap keringat dan tidak mudah kusut.  Memadukan lokal konten bordir motif angrek bulan.	<b>Customer Relationship</b> Online admin  Channels Online : Instagram, WA dan E-commerce (Shopee & Lazada)  Offline : Offline store, kiosk, event local market	<b>Customer Segment</b> Geografi : Kota-kota besar seperti Jakarta, Bogor dan Bandung. Demografi : Wanita modern pekerja kantoran usia 22-35 tahun, bekerja secara formal status sosial ekonomi menengah keatas, income mulai dari 4,5 juta/bulan (UMR Jakarta) Psikografis : Bergaya hidup modern, menyukai perkembangan media sosial, aktif menggunakan media sosial, modern, praktis, mandiri, disiplin, ambisius, percaya diri, mudah berinisiatif dan bergaul dengan orang baru.
<b>Cost Structure</b> Fixed Cost Biaya Marketing Biaya Akomodasi Biaya Foto & Video Produk Sewa/Modalit Gaji Pegawai		<b>Variable Cost</b> Biaya Material Biaya Jasa Jasa Bordir Merchandising Kit	<b>Revenue Streams</b> Penjualan setelan produk blazer dan celana dengan kisaran harga Rp 500.000 – Rp 1.500.000 per setel.	

Gambar 10. Template Business Model Canvas



KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Jadi kesimpulan yang didapatkan adalah pengembangan desain formal work wear bagi para wanita modern pekerja kantoran menurut hasil kuesioner yang telah dilakukan

terhadap 11 orang yaitu 4 orang yang diwawancarai dan sisanya adalah *target market*nya yaitu para wanita modern pekerja kantoran dengan kisaran umur 22-35 tahun dan berdomisili di Jakarta, Bogor dan Bandung adalah desain *formal work wear* yang nyaman digunakan, praktis tetapi tetap mengikuti *trend*. Pertimbangan para *target market* dalam membeli sebuah pakaian untuk bekerja adalah dengan memilih desain, warna & motif, kualitas bahan lalu harganya saat akan membeli sebuah produk. Material bahan yang menurut mereka cocok adalah bahan yang halus, tidak gerah, mudah menyerap keringat dengan pola *cutting loose* untuk memudahkan pemakainya dalam melakukan aktivitas bekerja, memiliki warna *earth tone* atau *nude* agar tidak terlalu mencolok dan memiliki sebagian motif. Dikarena penelitian ini berkaitan dengan bisnis, maka untuk mengetahui minat dan permintaan pasar, penulis mengadakan survei kuesioner tentang kebutuhan *formal work wear* di era pandemi Covid-19 serta ketertarikan desain pakaian pada masyarakat yang ditunjukkan sebagai *target market*. Survei ini dapat membantu menentukan desain busana yang paling diminati oleh *target market*, serta untuk mengetahui rencana produksi selanjutnya. Pada survei,

disajikan beberapa pertanyaan yang berkaitan umur, domisili, pekerjaan, ketersediaan harga produk yang akan dibeli, serta desain busana yang paling diminati oleh *target market*. Survei ditujukan pada wanita pekerja kantoran yang berumur 22-35 tahun yang memiliki gaya hidup modern. Berikut penjabaran mengenai survei yang sudah dilakukan: survei terdiri atas 31 responden, 75% responden berumur 22-25 tahun, 16,7% responden berumur 26-30 tahun, dan 8,3% responden berumur 31-35 tahun. Domisili responden paling banyak di Jakarta, diikuti oleh Bandung, dan Bogor. 75% responden adalah pegawai kantor atau perusahaan, 16,7% adalah wiraswasta dan 8,3% adalah *freelance*. Dipilih 3 *looks* yang paling diminati dan diproduksi 2 *looks* yang paling banyak dipilih. Untuk lima belas *looks* yang ditampilkan, 60% responden mau membayar dengan harga Rp250.000 – Rp500.000 dan 50% responden mau membayar Rp500.000 – Rp750.000. Dari hasil analisa data tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat peluang bisnis *formal work wear* yang dapat dikembangkan sebagai bisnis dikarenakan adanya kebutuhan akan *formal work wear* bagi wanita modern pekerja kantoran di era pandemi Covid-19 serta minat *target market* yang cukup tinggi.

## B. Saran

Untuk pengembangan bisnis kedepannya, selain menggunakan warna-warna *earth tone* ataupun *nude* pada desain pakaian, dapat digunakan juga warna-warna netral seperti *broken white, black, navy blue* atau *maroon* agar warna pakaian lebih bervariasi. Motif yang digunakan dapat dikembangkan menggunakan motif-motif lokal konten lainnya selain menggunakan motif bunga anggrek bulan. Desain pakaian dapat dikembangkan lagi mengikuti dengan perkembangan jaman atau *trend* yang sedang berkembang serta rencana detail tentang bisnis jangka panjangnya.

## REFERENSI

- Aprinta, Gita. (2011). *Kajian Media Massa: Representasi Girl Power Wanita Modern Dalam Media Online (Studi Framing Girl Power dalam Rubrik Karir dan Keuangan Femina Online)*. 11(2), 10–14. <https://doi.org/10.16194/j.cnki.31-1059/g4.2011.07.016>.
- Arina, Sekar Lolytha. (2020). *Perancangan Modest Formal Wearable Dengan Implementasi Elemen Desain Pada Brand Arina*.
- Baumaseppe, A. N. (2020). *Business Model Bagi Mahasiswa Program Wirausaha*. October, 2–22.
- Bunka, *Fundamental of Garment Design*. Japan : Bunka Publishing Bureau, 2009. Davis, L Marian. (1980). *Visual Design in Dress*.
- Hendariningrum, R., & Susilo, E. M. (2008). *Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi*. *Ilmu Komunikasi*, 6(2), 25–32. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/38/42>
- Islamiah, M. N. (2020). *Fenomenologi Wanita Karier Dalam Memaknai Komunikasi Keluarga Di Kabupaten Kuningan*. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 1(2), 194. <https://doi.org/10.32332/jbpi.v1i2.1713>.
- Mamble, Imatius Joni. (2019). *Pengaruh Perkembangan Zaman Modern Yang Memunculkan Perilaku Gaya Hidup Konsumerisme, di Kalangan Mahasiswa Teologi Zaman Ini*.
- Minto. (2020). *Produktivitas Selama Work From Home : Sebuah Analisis Psikologi Sosial ( Productivity During Work From Home : A Social Psychological Analysis )*. 2902(July), 53–60. <https://doi.org/10.14203/jki.v0i0.570>
- Saputri, S.M. (2018). *Perancangan Busana Activewear Berdasarkan Trend Forecasting 2019/2020*.e-



Proceeding of Art & Design : Vol.5,  
No 3 Desember 2018, 2734.

Slepian, M. L., Ferber, S. N., Gold, J. M.,  
& Rutchick, A. M. (2015). *The  
Cognitive Consequences of Formal  
Clothing. Social Psychological and  
Personality Science*, 6(6), 661–668.  
[https://doi.org/10.1177/19485506155  
79462](https://doi.org/10.1177/1948550615579462).

Suharso, P. (2019). *Perubahan Gaya  
Hidup Mahasiswi Universitas  
Abdurachman Saleh Kota Situbondo  
( Studi Kasus : Perilaku Konsumtif  
Mahasiswi Fakultas Ekonomi  
Jurusan Manajemen Angkatan 2014  
Dalam Menggunakan Kosmetik  
Branded )*. 13(445), 58–65.  
[https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10  
421](https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10421)

Tajuddin, Y. (2016). *Islam dan  
Masyarakat Modern dalam Sistem  
Modeling Masyarakat Jawa. 1*, 33–  
56.

Wakirin, W. (2017). *Wanita Karir Dalam  
Perspektif Islam. Al-I'tibar: Jurnal  
Pendidikan Islam*, 4(1), 1–14.

Yuliana. (2020). *Wellness and Healthy  
Magazine*. ISSN 2656-0062 , 124–  
137.  
<https://doi.org/10.2307/j.ctvzxxb18.1>