

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat. Menurut Wells dan Tigert (Engel dkk, 1995) gaya hidup atau *lifestyle* adalah pola hidup, penggunaan waktu dan uang yang dimiliki seseorang. Sebagian besar pelaku dalam kegiatan berbelanja terutama di bidang *fashion* dan *lifestyle* adalah seorang wanita. Menurut Zikra dan Yusra (2015) dalam penelitiannya mengenai kepuasan wanita berbelanja produk *fashion* berdasarkan cara membeli menunjukkan hasil bahwa berbelanja secara langsung adalah suatu aktivitas yang biasa dilakukan oleh setiap orang. Nuraini dan Evianah (2019) menjelaskan bahwa berbelanja merupakan salah satu kegiatan yang berkembang di masyarakat terutama di kalangan perkotaan. Berbelanja juga telah menjadi fenomena yang wajib untuk dilakukan bagi sebagian konsumen. Perkembangan gaya berbelanja pun berubah seiring zaman, konsumen tidak harus datang ke toko untuk berbelanja, namun sekarang proses berbelanja dapat dilakukan secara non- toko (*online*). Pada dasarnya berbelanja secara *online* dan melalui toko (*offline*) memiliki kesamaan yaitu sama-sama membeli suatu produk, namun yang membedakan adalah segi cara membelinya.

Kegiatan berbelanja tersebut mulai terhambat pada Desember 2019, saat ditemukan pertama kali COVID-19, penyakit menular yang disebabkan oleh jenis *coronavirus* yang baru ditemukan di Wuhan, Tiongkok (*World Health Organization*, 2020). Berbagai negara kemudian mulai menerapkan protokol COVID-19 sesuai dengan anjuran *World Health Organization* (WHO), mulai dari cuci tangan, tidak berkumpul atau melakukan pertemuan, menjaga jarak, membatasi keluar rumah bahkan dilakukan langkah isolasi mulai isolasi mandiri, komunitas, bahkan seluruh kota mulai dari Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sampai *lock down* (Mungkasa, 2020: 2).

Pada masa pandemi ini tidak sedikit orang yang tetap bertahan dengan gaya hidupnya, salah satunya adalah orang yang memiliki kebiasaan gemar berbelanja atau yang dikenal sebagai *Shopaholic*, *Shopaholic* sendiri adalah individu yang memiliki kecenderungan terus menerus menghabiskan waktu dan uang untuk

mendapatkan suatu benda tertentu namun benda tersebut tidak selalu menjadi keperluan pokok bagi dirinya (Arbaini, 2017 dalam *Oxford Expans*). Menurut Wen (2020) dampak yang dialami *shopaholic* selama pandemi ini salah satunya adalah cara mereka berbelanja yang biasanya lewat *window shopping* atau datang langsung ke *offline store*, kini mereka harus menggunakan *e-commerce* atau *online shop* untuk berbelanja dan mulai merasa kehilangan *experience* berbelanja *offline*. Menurut Apriani (2020) beberapa orang juga masih harus tetap bekerja secara *online* maupun *offline*, tidak terkecuali para *shopaholic*. Mereka juga membutuhkan pakaian ataupun *fashion item* yang baru untuk menunjang penampilannya, salah satunya dengan menggunakan pakaian batik.

Batik merupakan warisan budaya Indonesia dan hampir setiap daerah memiliki seni dan ciri khasnya masing-masing serta dapat menjadi peluang bisnis setiap masyarakat khususnya dalam bidang pakaian. Seiring dengan perkembangan zaman, penggunaan batik mulai memudar dan *trend fashion* silih berganti. Namun, sebenarnya penggunaan batik ini dapat dimodifikasi untuk membuat *trend fashion*-nya tersendiri sehingga batik dapat tetap dilestarikan terutama pada generasi muda. (Iskandar & Kustiyah, 2017).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat produk *fashion*, yaitu kemeja dan juga *dress* yang dapat berguna sesuai dengan kebutuhan saat ini dengan cara membuat pakaian yang nyaman, aman, namun tetap *trendy* dengan kesibukan dan keperluan yang berbeda beda. Sentuhan batik kontemporer guna melestarikan kebudayaan Indonesia yang dapat digunakan oleh pekerja.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang diatas, disimpulkan identifikasi masalah dari penelitian ini yaitu :

1. Adanya kebutuhan baru dalam pakaian bagi wanita pekerja dengan gaya hidup *shopaholic* yang menjalankan kegiatan selama pandemi COVID-19.
2. Adanya peluang bisnis dengan membuat pakaian dengan acuan kebutuhan wanita pekerja yang memiliki gaya hidup gemar berbelanja.
3. Kurangnya kesadaran konsumen dalam memanfaatkan batik sebagai pakaian bekerja sehari hari.

I.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu :

1. Produk *fashion* seperti apa yang tepat untuk wanita pekerja yang memiliki gaya hidup *shopaholic* saat menjalankan kegiatan bekerja sehari hari diluar rumah?
2. Bagaimana cara meningkatkan minat wanita pekerja yang memiliki gaya hidup *shopaholic* untuk memanfaatkan batik sebagai pakaian kegiatan bekerja sehari hari?
3. Bagaimana peluang bisnis serta strategi bisnis yang dapat diciptakan untuk wanita dewasa awal pekerja informal dengan gaya hidup *Shopaholic* selama pandemi COVID-19?

I.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ruang lingkup penelitian yaitu wanita dewasa awal pekerja informal yang gemar berbelanja.
2. Menggunakan *software procreate* pada *iPad* untuk membuat motif dan menggunakan teknik batik cap.
3. Objek penelitian yaitu pakaian *smart casual* yang dibuat dari kain batik kontemporer.
4. Membuat produk sesuai kebutuhan wanita dewasa awal pekerja informal yang gemar berbelanja sebagai target market yang berpeluang untuk membeli produk yang akan dibuat.

I.5 Tujuan Perancangan

Diketahui penelitian tersebut didasari dengan adanya fenomena yang ada dari beberapa penelitian yang telah dibuktikan sebagai berikut:

1. Membuat produk *fashion* yang tepat untuk wanita pekerja yang memiliki gaya hidup *shopaholic* saat menjalankan kegiatan bekerja sehari hari diluar rumah
2. Membuat produk *fashion* yang dapat meningkatkan minat wanita pekerja yang memiliki gaya hidup *shopaholic* untuk memanfaatkan batik sebagai pakaian kegiatan bekerja sehari hari
3. Adanya peluang bisnis serta membuat strategi bisnis yang dapat diciptakan untuk wanita dewasa awal pekerja informal dengan gaya hidup *Shopaholic* selama

pandemi COVID-19

I.6 Manfaat Penelitian

Beberapa penelitian membuktikan bahwa adanya kecenderungan ingin tetap *fashionable* dan *stylish* ketika bekerja *offline* dimasa pandemi, dari beberapa observasi, telah diketahui sebagai berikut:

1. Memberikan opsi baru untuk menggunakan batik sebagai pakaian sehari-hari untuk bekerja.
2. Memberikan pengetahuan tentang pengembangan motif batik menjadi batik kontemporer.
3. Menghasilkan pakaian kerja yang dapat digunakan pada saat berbelanja pada masa pandemi covid.
4. Memberikan ide mengenai peluang bisnis pakaian *smart casual* yang memiliki kegunaan penunjang penampilan wanita dewasa awal pekerja informal yang gemar berbelanja.

I.7 Metodologi Penelitian

Metodologi ini mencakup nilai kualitatif dan kuantitatif, yaitu sebagai berikut:

A. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan guna mendapatkan informasi yang *valid* yang didapatkan dari *jurnal*, *e-book*, *google scholar*, tentang materi yang sedang diteliti seperti busana, belanja, shopaholic, pandemi, Covid-19, batik, peluang bisnis, unsur rupa, serta seni kontemporer untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

B. Wawancara

Penelitian dilakukan dengan proses tanya jawab dengan narasumber melalui telepon dan *whatsapp messenger*, terhadap wanita dewasa awal pekerja informal yang memiliki kriteria dari *target market alpha customer*, dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan mengenai produk yang akan dibuat.

C. Observasi

Penelitian ini dilakukan dengan cara mendatangi tempat yang sesuai dengan kebutuhan, mengobservasi beberapa kantor informal beserta pekerjanya, dan juga melakukan beberapa pertanyaan terhadap karyawan.

D. Kuesioner

Melakukan kuesioner guna mencari kebutuhan pasti *target market alpha customer*, agar tidak subjektif dan produk akhir yang dibuat berdasarkan hasil *demand* dari customer.

E. Eksplorasi

Melakukan eksplorasi guna mengetahui teknik terbaik untuk digunakan dalam pembuatan batik, dengan menggunakan beberapa teknik seperti batik cap maupun teknik melukis langsung pada permukaan kain.

I.8 Kerangka Penelitian

Bedasarkan hasil latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, kerangka penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut

Tabel I.1 Kerangka Penelitian

Fenomena
1. <i>Shopaholic</i> 2. Pandemi COVID-19 3. PSBB 4. WFH dan WFO 5. Batik
Urgensi Masalah
1. Produk <i>fashion</i> seperti apa yang tepat untuk wanita pekerja yang memiliki gaya hidup <i>shopaholic</i> saat menjalankan kegiatan bekerja sehari hari diluar rumah? 2. Bagaimana cara meningkatkan minat wanita pekerja yang memiliki gaya hidup <i>shopaholic</i> untuk memanfaatkan batik sebagai pakaian kegiatan bekerja sehari hari? 3. Bagaimana peluang bisnis serta strategi bisnis yang dapat diciptakan untuk wanita dewasa awal pekerja informal dengan gaya hidup <i>Shopaholic</i> selama pandemi COVID-19?

Tujuan

1. Membuat produk *fashion* yang tepat untuk wanita pekerja yang memiliki gaya hidup *shopaholic* saat menjalankan kegiatan bekerja sehari hari diluar rumah
2. Membuat produk *fashion* yang dapat meningkatkan minat wanita pekerja yang memiliki gaya hidup *shopaholic* untuk memanfaatkan batik sebagai pakaian kegiatan bekerja sehari hari
3. Adanya peluang bisnis serta membuat strategi bisnis yang dapat diciptakan untuk wanita dewasa awal pekerja informal dengan gaya hidup *Shopaholic* selama pandemi COVID-19

Metode Penelitian

- 1. Studi Literatur:** Studi literatur dilakukan guna mendapatkan informasi yang valid yang didapatkan dari jurnal, *e-book*, *google scholar*, tentang materi yang sedang diteliti seperti busana, belanja, *shopaholic*, pandemi, Covid-19, batik, serta seni kontemporer untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
- 2. Wawancara:** Penelitian dilakukan dengan proses tanya jawab dengan narasumber melalui telepon dan *whatsapp messenger*, terhadap wanita dewasa awal pekerja informal yang berkompeten dan mengetahui permasalahan yang dibahas, dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan mengenai produk yang akan dibuat.
- 3. Observasi:** Penelitian ini dilakukan dengan cara mendatangi tempat yang sesuai dengan kebutuhan, mengobservasi beberapa kantor informal beserta pekerjanya, dan juga melakukan beberapa pertanyaan terhadap karyawan.
- 4. Eksplorasi:** Melakukan eksplorasi guna mengetahui teknik terbaik untuk digunakan dalam pembuatan batik, dengan menggunakan beberapa teknik seperti batik cap maupun teknik melukis langsung pada permukaan kain.
- 5. Kuesioner:** Melakukan kuesioner guna mencari kebutuhan pasti *target market alpha customer*

Eksplorasi Awal	Eksplorasi Lanjutan
Membuat stilasi bentuk motif. Stilasi bentuk tersebut merupakan pengembangan dari bentuk bunga mawar, dan garis garis tegas. Selanjutnya, membuat sketsa busana sebanyak 3 sketsa.	Melakukan eksplorasi stilasi yang telah dikomposisikan menjadi motif, lalu akan dicoba pengecapan pada kain.

I.9 Sistematika Penulisan

Berdasarkan isi dari penelitian ini, materi yang tertera pada Laporan Skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II STUDI LITERATUR

Bab ini berisikan teori berupa pengertian dan definisi yang menjelaskan dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan untuk merancang.

BAB III DATA DAN ANALISA PERANCANGAN

Bab ini berisikan pemaparan data yang telah dijalankan sebagai acuan dan data yang *valid*. Diantaranya adalah studi literatur, hasil wawancara, dan hasil observasi.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Bab ini berisikan yang berkaitan dengan latar belakang, serta konsep perancangan karya seperti tema besar, *moodboard*, serta paparan mengenai tahapan-tahapan proses kerja meliputi teknik, analisa *brand* pembanding, sketsa, proses pembuatan, eksplorasi, dan material lain yang digunakan, pembuatan *merchandise* hingga *final*.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini menjelaskan analisa yang diusulkan, pembahasan detail yang ada di bab sebelumnya, kesimpulan dan saran.