

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Pada bulan April 2020, Indonesia dinyatakan pandemi COVID-19 yang mengakibatkan sebagian besar kegiatan dilakukan secara daring. Hal itu menyebabkan angka pengguna internet aktif dan media sosial aktif meningkat secara signifikan. DataReportal (2022) menyatakan bahwa di antara tahun 2021 dan 2022 peningkatan pengguna internet di Indonesia sebesar 2,1 juta pengguna, setara dengan 1%. Hal ini juga membuat pengguna media sosial meningkat sebanyak 21 juta pengguna aktif yang setara dengan 12,6%. Meningkatnya kesadaran digital didukung dengan kondisi pandemi, membuat pola kehidupan masyarakat Indonesia mengalami perubahan. Namun, dibalik meningkatnya pengguna aktif internet dan media sosial di Indonesia, meningkat pula angka gangguan kecemasan sejak pandemi yang didasari oleh mengkonsumsi konten digital yang berlebihan. Selain gangguan kecemasan, rasa kesepian, depresi kerap dialami oleh sebagian masyarakat (Murandari, Siswadi, & H, 2021).

Berdasarkan data milik Persatuan Dokter Kesehatan Jiwa Indonesia (PDKJI), dalam lima bulan pertama pandemi COVID-19 disebutkan masalah psikologis terbanyak ditemukan pada usia 17 sampai 29 tahun dan penduduk lanjut usia (lansia) yang berusia di atas 60 tahun (Harahap, 2021). Maka solusi yang paling memungkinkan dilakukan adalah koping, yaitu cara atau langkah yang dilakukan oleh individu untuk mengatasi masalah yang dihadapi, beradaptasi dengan perubahan, serta respon terhadap situasi yang mengancam atau melebihi batas kemampuan individu, baik secara kognitif maupun perilaku (Cahyani, 2019). Salah satu koping yang dapat dilakukan di rumah secara mudah adalah dengan meningkatkan kualitas tidur serta memberikan suasana yang nyaman di rumah dan menerapkan terapi warna, adalah salah satu cara paling menarik untuk mengurangi kecemasan karena sederhana dan praktis (Harini, 2013). Solusi tersebut didukung dengan hasil survei kuesioner yang dilakukan oleh peneliti dengan hasil 48 dari 52 responden merasa nyaman ketika tidur menggunakan seprai dan *bed cover* yang berkualitas, serta 41 responden mengaku bahwa kualitas tidur yang baik dapat

diraih dengan tidur di kasur yang berbalut seprai berkualitas dan nyaman. Selain memberikan kenyamanan, manager toko seprai terkemuka di Bandung menyatakan dalam wawancaranya bahwa di zaman sekarang produk seprai bukan sekadar alas tidur saja, namun sudah menjadi fesyen. Pernyataan tersebut didukung dengan tingginya pengguna internet di Indonesia yang berpengaruh akan tingginya juga referensi yang didapat terkait visualisasi estetika. Dari data tersebut terdapat peluang dalam menciptakan produk *home living textile* berbasis kebutuhan estetika dan koping.

Adapun peluang bisnis sebagai solusi dari masalah yang sudah dipaparkan oleh peneliti dengan model B2C, yaitu *Business-to-Consumer* sebuah model bisnis yang menjual jasa atau produk ke konsumen secara langsung (Tamplin, 2021). Solusinya adalah menyediakan kebutuhan produk tekstil rumah tangga seperti seprai, sarung bantal, sarung guling, dan *bedcover* yang berkualitas dan nyaman dipakai. Selain dari segi material, motif juga dipertimbangkan dalam membuat produk tersebut sebagai nilai tambah dan diferensiasinya. Maka, penelitian ini bertujuan untuk menciptakan produk seprai dan *bedcover* sebagai kebutuhan estetika dan koping yang memiliki peluang bisnis.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Berikut adalah faktor dari permasalahan yang dipaparkan oleh peneliti:

1. Terdapat peralihan kebutuhan produk set seprai dan *bedcover* akibat pandemi dan media sosial estetika dan koping melalui kualitas material dan visual produk.
2. Adanya perencanaan bisnis dari produk set seprai dan *bedcover* yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sejak pandemi akan kualitas tidur yang maksimal, estetika dan koping.

## **I.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana modifikasi desain produk set seprai dan *bedcover* yang memiliki fungsi estetika dan utilitas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di era

digital?

2. Bagaimana perencanaan bisnis dan pengembangan produk set seprai dan *bed cover* yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di era digital?

#### **I.4 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian yang berfokus pada modifikasi desain produk set seprai dan *bedcover* dan perencanaan bisnis dari produk tersebut.
2. Produk yang dihasilkan berupa produk tekstil rumah tangga set seprai dan *bedcover* yang dapat dipadu padan untuk mencapai modifikasi desain.
3. Material utama yang digunakan adalah kain katun jepang dan pewarna kain sintetis untuk produk set seprai dan *bedcover*.
4. Teknik tekstil rekalarat ikat celup dan *piece dyed* digunakan untuk memodifikasi desain produk set seprai dan *bedcover*.
5. Target pasar dengan gaya hidup modern.

#### **I.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini didasari hadirnya fenomena yang sudah dipaparkan sebagai berikut:

1. Menghasilkan produk set seprai dan *bedcover* dengan fungsi dan utilitas yang optimal dari fenomena peralihan kebutuhan akan produk tekstil rumah tangga yang diakibatkan oleh pandemi dan pengaruh konten digital.
2. Merancang perencanaan bisnis untuk industri tekstil rumah tangga terutama produk set seprai dan *bedcover* yang sesuai dengan target pasar.

#### **I.6 Manfaat Penelitian**

Berikut adalah manfaat dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah:

##### **I.6.1 Manfaat Penelitian untuk Peneliti**

1. Peneliti dapat menambah wawasan mengenai pengolahan desain produk *home living textile* beserta target pasar dan peluang bisnisnya.
2. Peneliti dapat mengembangkan produk *home living textile* yang berkelanjutan dari sisi material, lingkungan, dan sosial.

##### **I.6.2 Manfaat Penelitian untuk Masyarakat atau Calon Konsumen**

1. Memberikan referensi dan alternatif produk tekstil rumah tangga yang dapat memperbaiki kualitas tidur, memiliki nilai estetis, dan membantu mekanisme koping.
2. Memperluas peluang bisnis industri tekstil rumah tangga, khususnya produk set seprai dan *bedcover* dengan hadirnya fenomena peralihan kebutuhan produk tekstil dan rumah tangga yang diakibatkan oleh pengaruh konten digital.

## **I.7 Metodologi Penelitian**

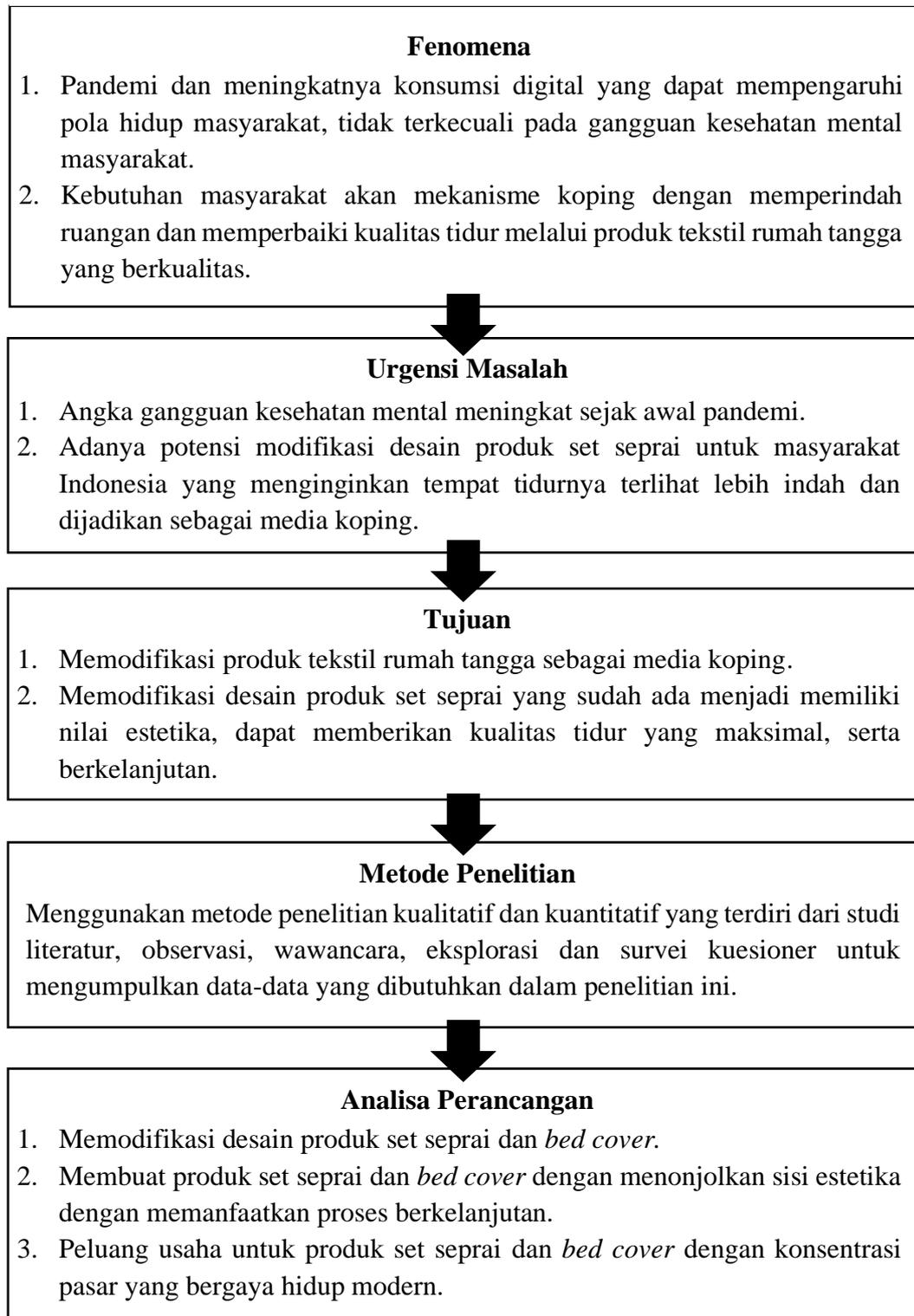
Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Berikut adalah metode yang digunakan dalam penelitian:

1. Studi literatur  
Mengumpulkan informasi data dari buku, *e-book*, jurnal, laporan, dan artikel yang berkaitan dengan produk tekstil rumah tangga, gangguan kecemasan, perkembangan internet dan media sosial, koping, dan peluang bisnis.
2. Observasi  
Mengamati secara langsung dan tidak langsung dengan datang langsung ke, tempat dan melalui internet, seperti ke toko kain seprai di Bandung, tempat produksi kain dengan serat dan pewarna alam, jenama pembeding, dan *content creator* TikTok.
3. Wawancara  
Melakukan wawancara dengan manajer dari salah satu toko seprai terkemuka di Bandung untuk mengetahui karakter konsumen sebelum dan di masa pandemi dan manajer produksi dari CV. Tarum Bali untuk mengetahui proses produksi kain menggunakan serat dan pewarna alam.
4. Eksplorasi  
Dilakukan eksplorasi guna mendapatkan data tambahan dari segi material, motif, dan warna yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan produk tekstil rumah tangga yang berkualitas, sehingga dapat mencapai kaidah produk yang berkelanjutan dan memenuhi kebutuhan target pasar.
5. Survei kuesioner  
Melakukan pengumpulan data berupa survei kuesioner dengan minimal

responden sebanyak 35 untuk mengetahui kebutuhan dari masyarakat yang dijadikan sebagai landasan fenomena dari penelitian.

## I.8 Kerangka Penelitian

### Bagan I. 1 Kerangka penelitian



## **I.9 Sistematika Penulisan**

Dalam rangka memudahkan pembaca untuk memahami penelitian ini, maka dibuat beberapa bagian yang merupakan dari isi penelitian yang berupa bab-bab sebagai berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini memaparkan latar belakang yang menjadi alasan utama penelitian ini dilakukan. Kemudian, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II Studi Literatur**

Teori pendukung penelitian dimuat dalam bab ini. Pada bab ini berisi teori mengenai perancangan, produk tekstil rumah tangga dan klasifikasinya, serta peluang bisnis.

### **BAB III Data dan Analisa Perancangan**

Pada bagian ini menguraikan penjelasan analisa data primer dan sekunder, hasil eksplorasi, dan analisa proses perancangan.

### **BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Setelah melakukan analisa perancangan, pada bab ini kemudian memaparkan konsep perancangan, menganalisa jenama pembanding, menjelaskan desain dari produk tekstil rumah tangga, dan visualisasi produk akhir.

### **BAB V Kesimpulan dan Saran**

Merangkum hasil dari penelitian yang sudah dilakukan dan mengemukakan saran dan rekomendasi kepada peneliti selanjutnya dan pembaca dilakukan pada bab ini.