

PERANCANGAN PRODUK *BASIC LEISUREWEAR* UNTUK WANITA DENGAN GAYA HIDUP SEHAT DAN PERENCANAAN BISNISNYA

Nabiilah Andini Ramadhan Putri¹, Rima Febriani², Sari Yuningsih³

¹²³Program Studi Kriya Tekstil dan Fashion, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
Jl. Telekomunikasi Terusan Buah Batu Bandung, 40257

nabiilahandini@student.telkomuniversity.ac.id¹, rimafebriani@telkomuniversity.ac.id²
sariyuningsih@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak: Saat ini gaya hidup sehat telah menjadi salah satu bagian penting bagi beberapa masyarakat, gaya hidup sehat yang dimaksud yaitu gaya hidup yang memperhatikan kesehatan dari dalam maupun luar tubuh dan juga olahraga secara teratur. Dalam pelaksanaannya, gaya hidup sehat tidak hanya berkaitan dengan pola makan dan kesehatan fisik, tetapi juga dengan kegiatan lain yang mempengaruhi kesehatan mental, dan juga sadar akan apa yang mereka gunakan sehari-hari. Usaha dalam memenuhi kebutuhan tren gaya hidup juga mempengaruhi tren dalam berpakaian, pelaku gaya hidup sehat biasanya lebih sadar akan kualitas, keamanan, dan kesehatan juga cenderung tertarik pada pakaian yang *minimalist* dan ramah lingkungan. Hal tersebut menjadi tujuan dari penelitian ini untuk menciptakan perencanaan usaha busana *leisurewear* yang ramah lingkungan dengan potongan yang *minimalist* untuk memudahkan konsumen untuk memadupadankan pakaian dengan harapan konsumen dapat mengurangi *impulsive buying*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui studi literatur, observasi, wawancara dan melakukan metode eksplorasi pencelupan pewarna alam. Eksplorasi yang diterapkan pada busana *leisurewear* menggunakan teknik pencelupan pewarna alam yang mengadaptasi salah satu lokal konten yaitu Kepulauan Seribu, dengan mengadaptasi motif dari pulau-pulau yang ada di Kepulauan Seribu. Metode penelitian tersebut dilakukan guna menghasilkan perancangan dan perencanaan bisnis untuk produk *leisurewear* yang dapat menunjang kebutuhan wanita yang menerapkan pola gaya hidup sehat.

Kata kunci: gaya hidup sehat, *leisurewear*, *impulsive buying*, pewarna alam

Abstract: Currently, a healthy lifestyle has become an important part of some societies, the healthy lifestyle means a lifestyle that pays attention to health from inside and outside the body as well as regular exercise. In the implementation, a healthy lifestyle isn't only about eating habits or physical health, but also about other activities that effects mental health and also about being aware of what they wear on daily basis. To meet the need of lifestyle trends will also affect trends in clothing, people with healthy lifestyles are usually more aware of quality, safety, and health and also tend to be attracted to minimalist and eco-friendly clothing. This is the aim of this research to create a business plan for *leisurewear* made from eco-friendly materials with minimalist cutting to help consumers to mix and match the clothes in the hope that consumers will stop buying clothes impulsively. This research uses qualitative methods through literature studies, observations, interviews, and exploration of natural dyes. The exploration that is applied to *leisurewear* uses a natural dyeing technique that adapts one of the local contents, which

is Kepulauan Seribu, by taking motif of islands in Kepulauan Seribu. In this study, it is hoped that it can meet the needs of the female with a healthy lifestyle.

Keywords: *healthy lifestyle, leisurewear, impulsive buying, natural dyes*

PENDAHULUAN

Gaya hidup sehat telah menjadi *trend* di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Gaya hidup sehat ialah sikap serta aktivitas yang berkaitan dengan upaya mempertahankan serta meningkatkan kesehatan. Gaya hidup sehat bisa dicoba dengan metode mengkonsumsi santapan yang proporsional, pola aktivitas ataupun berolahraga secara disiplin, tidur yang lumayan sehingga setiap orang bisa terbebas dari penyakit (Suryanto, 2011 : 78). Faktor- faktor kesehatan jadi pemicu perpindahan pola konsumsi publik, terdapatnya anggapan tentang mutu serta keamanan bisa berakibat pada kesehatan (Regmi, 2011). Dalam pelaksanaannya, gaya hidup sehat tidak hanya berkaitan dengan pola makan dan kesehatan fisik, tetapi juga dengan kegiatan lain yang mempengaruhi kesehatan mental, dan juga sadar akan apa yang mereka gunakan sehari-hari. Usaha dalam memenuhi kebutuhan tren gaya hidup juga mempengaruhi tren dalam berpakaian, pelaku gaya hidup sehat biasanya lebih sadar akan kualitas, keamanan, dan kesehatan juga cenderung tertarik pada pakaian yang *minimalist* dan ramah lingkungan. Menurut Thalita Jacinda (2017), *minimalist* adalah upaya menerapkan gaya hidup yang sederhana tetapi benar-benar berkualitas.

Merespon kebutuhan pelaku gaya hidup sehat sebagai konsumen yang menyukai pakaian dengan potongan yang *loose* dan *minimalist*, memicu produsen untuk memproduksi busana *leisurewear* dengan potonganan yang *minimalist* untuk memudahkan konsumen dalam memadupadankan pakaian dengan harapan konsumen dapat mengurangi tindakan *impulsive buying* yang dinilai dapat berpengaruh juga pada lingkungan dalam jangka panjang. Pakaian *leisurewear* sendiri memiliki ciri khas model yang sederhana , nyaman , *informal* dan praktis (A.A. Riyanto, 2003:160). Namun, upaya produsen dalam membuat pakaian

minimalist, dirasa kurang cukup untuk mengurangi *impulsive buying* yang dilakukan oleh konsumen. Menurut Bayley dan Nancarrow (1998) *impulsive buying* adalah perilaku pembelian yang tiba-tiba, memaksa, dan kompleks secara hedonis di mana kecepatan proses keputusan impuls menghalangi pertimbangan dari pilihan-pilihan alternatif yang bijaksana. Menurut survei yang telah dilakukan penulis yang ditujukan kepada wanita dewasa, kebanyakan dari mereka melakukan *impulsive buying* karena tidak mau terlihat memakai pakaian yang sama lebih dari sekali dan alasan lainnya karena pakaian tersebut sudah ketinggalan zaman.

Berdasarkan fenomena dan masalah yang ada, penulis akan memanfaatkan peluang untuk merancang *essential clothing* untuk *capsule wardrobe* dengan kategori busana *leisurewear*. *Essential clothing* adalah pakaian *basic minimum* yang mutlak diperlukan dan sangat diperlukan dalam lemari pakaian setiap orang terutama pada *capsule wardrobe*. Menurut Hsiao dan Grauman (2018) *capsule wardrobe* adalah satu set pakaian yang dapat dirangkai menjadi beberapa tampilan yang kompatibel secara visual. Selain itu, penulis juga akan mengembangkan potensi tersebut untuk dijadikan peluang usaha baru, dengan merancang brand busana *leisurewear* yang menggunakan material kain berbahan dasar serat alam berwarna putih polos. Penggunaan kain berwarna putih polos tanpa motif bertujuan agar kain dapat di eksplorasi menggunakan teknik pewarnaan alam, sebagai unsur dekoratif untuk meningkatkan nilai jual pada busana *leisurewear* tersebut.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang didasari oleh studi literatur mengenai *leisurewear*, *capsule wardrobe*, gaya hidup sehat, sustainable fashion, teknik kriya dan teori *business model canvass* yang akan digunakan

nantinya. Metode selanjutnya adalah wawancara yang dilakukan kepada beberapa narasumber yang pertama adalah Nika Kusuma yang merupakan pelaku gaya hidup sehat yang bertujuan untuk mengetahui kebutuhan pakaian Wanita dengan gaya hidup sehat, selanjutnya yaitu Pak Zuhad selaku pemilik BIXA Batik dengan tujuan untuk menanyakan tips and trick pengolahan pewarna alam, dan yang terakhir adalah Bu Edia selaku pemilik Gamaindigo yang bertujuan untuk mengetahui perkembangan pewarna alam di Indonesia. Metode yang ketiga yaitu observasi yang dilakukan secara langsung ke Toko Encit dengan tujuan mengobservasi kain dengan serat alam yang sesuai dengan karakter produk leisurewear dan observasi yang kedua yaitu mengunjungi offline store dari Mara & Sisca yang terdapat di Jogjakarta dengan tujuan menganalisis produk-produk leisurewear yang mereka jual. Metode yang keempat adalah survei yang dilakukan melalui kuisioner dengan tujuan untuk mengetahui produk leisurewear seperti apa yang dibutuhkan dan digemari. Lalu metode yang terakhir yaitu eksplorasi seperti eksplorasi desain dan juga eksplorasi pewarna alam untuk melihat karakter pewarna alam yang paling baik.

HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan data literatur yang sudah dikumpulkan, diketahui usaha dalam memenuhi kebutuhan tren gaya hidup juga mempengaruhi tren dalam berpakaian, pelaku gaya hidup sehat biasanya lebih sadar akan kualitas, keamanan, dan kesehatan juga cenderung tertarik pada pakaian yang *minimalist* dan ramah lingkungan. Menurut Thalita Jacinda (2017), *minimalist* adalah upaya menerapkan gaya hidup yang sederhana tetapi benar-benar berkualitas.



Gambar 1 Moodboard

Sumber: Dokumentasi penulis

Pada *imageboard* terdapat beberapa objek yang menggambarkan aspek-aspek yang menjadi pedoman untuk konsep perancangan yang dibentuk dari hasil survei kuisisioner yang telah dibagikan. Dilihat dalam pemilihan warna yaitu *warm earth tones* dimana warna *navy blue* dan *olive green* diambil dari kepulauan seribu yang merupakan *local content* dari konsep perancangan ini. Selain itu juga ada kain putih yang merepresentasikan karakteristik material yang digunakan, dimana material yang digunakan memiliki karakteristik ringan dan *flowy*. Pada *imageboard* juga terdapat siluet pakaian seperti apa yang akan digunakan dalam perancangan penelitian ini, yaitu siluet yang *loose, basic* dengan *design yang minimalist*. Eksplorasi yang dilakukan merupakan eksplorasi pewarna alam untuk mendapatkan warna *navy blue* dan *olive green*, juga eksplorasi untuk mendapatkan motif yang terinspirasi dari banyaknya pulau di kepulauan seribu.



Gambar 2 Lifestyle board

Sumber: Dokumentasi penulis

Pada *lifestyle board* disusun berdasarkan Analisa kegemaran dan kebiasaan yang dimiliki *target market* yang dituju. Analisa disini dilakukan melalui observasi secara tidak langsung melalui social media untuk mencari tahu kegiatan apa yang mereka gemari, dan juga melalui wawancara terhadap pelaku gaya hidup sehat yaitu Nika Kusuma untuk mengetahui kebutuhan pakaian, kecenderungan *style* seperti apa yang diminati.

Eksploarsi Awal

Pada eksploarsi awal dilakukan eksplorasi pewarna alam untuk melihat pewarna alam dengan karakter paling baik. Selain itu juga dilakukan eksplorasi sketsa busana yang telah disesuaikan dengan konsep perancang sebelumnya. Berikut adalah hasil eksplorasi awal:



Gambar 3 Eksplorasi awal

Sumber: Dokumentasi penulis



Gambar 4 Eksplorasi desain awal

Sumber: Dokumentasi penulis

Eksplorasi Lanjutan

Pada eksplorasi lanjutan membuat desain lanjutan dari desain eksplorasi awal dan membuat motif menggunakan pewarna alam yang telah disesuaikan dengan konsep perancangan.



Gambar 5 Desain lanjutan

Sumber: Dokumentasi penulis



Gambar 6 Eksplorasi lanjutan

Sumber: Dokumentasi penulis

Eksplorasi Terpilih

Pemilihan 3 desain terbaik dilakukan dengan metode survei melalui kuisioner yang ditujukan kepada wanita dewasa dengan 102 responden untuk mengetahui desain busana mana yang sesuai dengan kebutuhan dan kemauan target pasar, sedangkan untuk pemilihan motif ditentukan dengan hasil eksplorasi motif terbaik. Berikut desain dan eksplorasi akhir yang terpilih:



Gambar 7 Desain terpilih

Sumber: Dokumentasi penulis



Gambar 8 Ekplorasi terpilih

Sumber: Dokumentasi penulis

Hasil Akhir

Penelitian ini menghasilkan perancangan produk *leisurewear* untuk memenuhi kebutuhan *target market* wanita yang menerapkan pola gaya hidup sehat maka dibuat produk *leisurewear* yang menggunakan material yang ramah lingkungan dan potongan yang *loose* sehingga nyaman digunakan. Setelah melewati beberapa tahapan produksi, untuk penelitian ini nama brand yang digunakan adalah WearBetter yang diambil dari Bahasa Inggris yang artinya “memakai lebih baik”.

Nama *brand* ini diambil karena sesuai dengan konsep pakaian *leisurewear* yang dijual, dimana penulis berharap nantinya saat customer memakai produk ini *customer* bisa merasa lebih baik dan lebih nyaman.



Gambar 9 Look 1

Sumber: Dokumentasi penulis



Gambar 10 Look 2

Sumber: Dokumentasi penulis



Gambar 11 Look 3

Sumber: Dokumentasi penulis



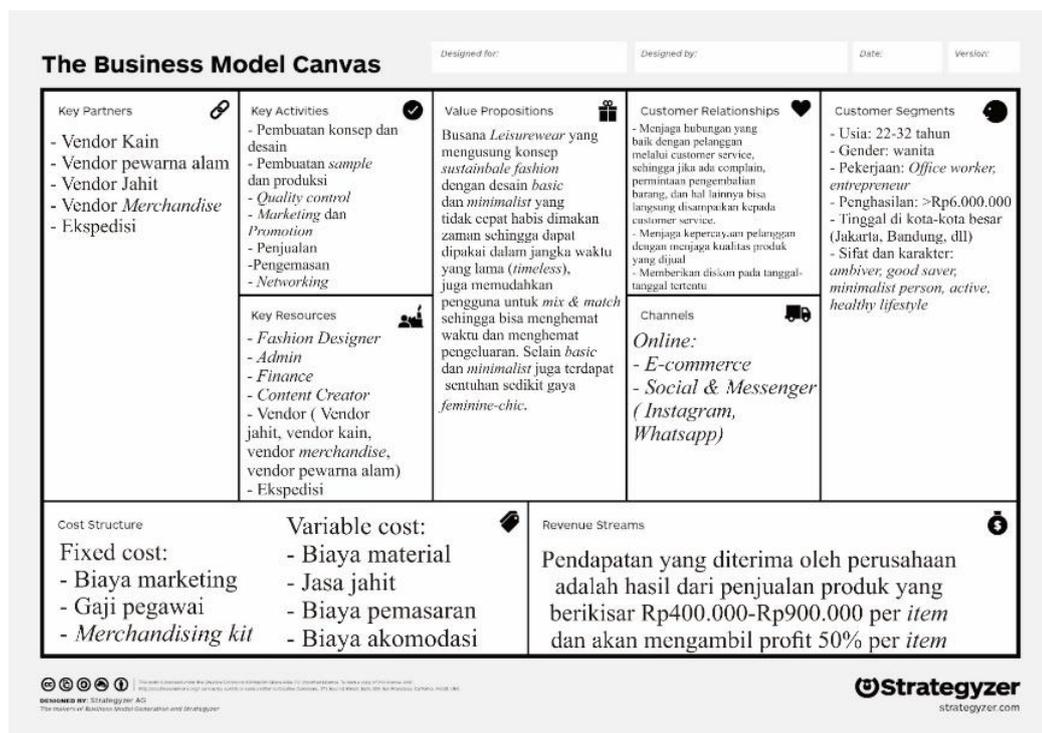
Gambar 12 Merchandise kit

Sumber: Dokumentasi penulis

Business Model Canvas

Perencanaan bisnis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teori *Business Model Canvas*. Menurut Boedianto (2015) sebuah model bisnis adalah

gambaran pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi membuat, memberikan dan menangkap nilai-nilai dari suatu bisnis. Rancangan dari sebuah model bisnis harus sederhana, sesuai, dan secara intuisi ringan agar mudah dipahami dengan tidak bermaksud menyederhanakan fungsi perusahaan yang sangat kompleks (Osterwalder & Pigneur, 2010). Berikut 9 blok perancangan bisnis *brand* WearBetter:



Gambar 13 BMC WearBetter

Sumber: Dokumentasi penulis

Pada penelitian ini nama brand yang digunakan adalah WearBetter yang diambil dari Bahasa Inggris yang artinya “memakai lebih baik”. Nama *brand* ini diambil karena sesuai dengan konsep pakaian *leisurewear* yang dijual, dimana penulis berharap nantinya saat customer memakai produk ini *customer* bisa merasa lebih baik dan lebih nyaman. Untuk perancangan bisnis *brand* WearBetter konsumen yang ditargetkan secara geografis tinggal di kota-kota besar seperti Jakarta dan

Bandung. Secara demografis merupakan wanita dewasa berusia 22-32 tahun, bekerja sebagai karyawan kantor atau *entrepreneur* dengan penghasilan diatas Rp6.000.000 per bulan. Psikografis konsumen yaitu menerapkan gaya hidup sehat dan *minimalist living*, memiliki karakter yang aktif dan cenderung *ambivert*.

Value yang ditonjolkan oleh *brand* WearBetter yaitu produk leisurewear yang terdiri dari pakaian-pakaian *basic* seperti kemeja, celana dan *dress* dengan potongan yang *loose*, desain yang *minimalist* dan *timeless* dengan sedikit sentuhan gaya *feminine-chic*, juga sangat mengutamakan kenyamanan sehingga menggunakan material linen dan katun yang terbuat dari 100% serat alam.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang berjudul “Perancangan Produk *Basic Leisurewear* untuk Wanita dengan Gaya Hidup Sehat” dapat disimpulkan bahwa adanya kebutuhan pakaian *basic leisurewear* pada *capsule wardrobe* untuk wanita dengan gaya hidup sehat. Menurut hasil kuisisioner, responden lebih menyukai pakaian dengan potongan *loose* dan *basic*, *style* yang *minimalist* dan warna-warna *neutral* seperti *earth tones*. Setelah melakukan pengumpulan data ditemukannya peluang bisnis untuk membuat produk leisurewear untuk wanita dengan gaya hidup sehat yang dirancang dengan *Business Model Canvas* dengan *value propositions* yaitu busana *leisurewear* yang mengusung konsep *sustainable fashion* dengan potongan *basic* dan *style minimalist* serta *timeless* dengan sentuhan gaya *feminine-chic*, membuat produk ini tidak cepat habis dimakan zaman dan dapat dipakai untuk jangka waktu yang lama karena selain *style* yang *timeless* juga menggunakan kain yang kualitasnya baik yaitu katun dan linen organik.

Untuk penelitian atau pengembangan bisnis selanjutnya, praktek tes pasar sebaiknya dilakukan dengan teknik *purposive sampling* terhadap target market potensial dengan jumlah responden yang lebih banyak, sesuai dengan skala target

geografis pasar. Hasil dari tampilan eksplorasi motif terpilih juga sebaiknya dijadikan salah satu pertanyaan didalam kuisisioner agar data bisa lebih *valid*.

DAFTAR PUSTAKA

Bayley, G., & Nancarrow, C. (1998). Impulse purchasing: A qualitative exploration of the phenomenon. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 1(2), 99–114. <https://doi.org/10.1108/13522759810214271>

Bunka. (2010). *Fundamental of Garment Design*. Bunka Publishing Bureau.

Boedianto, L. P. (2015). *Strategi Pengembangan Bisnis Pada Depot Selaris Dengan Pendekatan Business Model Canvas*.

Dunnewold, J. (2010). *Art Cloth*.

Ertekin, Z. O., & Atik, D. (2015). *Sustainable Markets: Motivating Factors, Barriers, and Remedies for Mobilization of Slow Fashion*. 35. <https://doi.org/10.1177/0276146714535932>

Fitrihana, N. (2007). *Teknik eksplorasi zat pewarna alam dari tanaman di sekitar kita untuk pencelupan bahan tekstil*.

Fletcher, K. (2008). *Sustainable Fashion and Textiles*. Earthscan.

Hulbert, B., Berman, B. R., & Adams, S. (1997). Towards an understanding of "opportunity." *Marketing Education Review*.

Hsiao, W.-L., & Grauman, K. (2018). Creating Capsule Wardrobes from Fashion Images. *Proceedings of the IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR)*.

Johansson, E. (2010). *Slow fashion: the answer for a sustainable fashion industry?*

Nazareth, L. (2007). *The leisure economy: How changing demographics, economics, and generational attitudes will reshape our lives and our industries.* John Wiley & Sons.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers.* John Wiley & Sons.

Riyanto, A. A. (2003). Teori Busana. In *Lembaga Penerbitan Yayasan Pembangunan Indonesia (Yapemdo)*. Yapemdo. n

Suh, S. (2019). A Study on the Application of SCAMPER Techniques for the Development of Fashion Design. *Journal of Fashion Business*.

Suryanto, E. (2012). Peranan Pola Hidup Sehat Terhadap Kebugaran Jasmani. *Artikel Penelitian*.