

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada dewasa ini banyak wanita mempunyai keinginan untuk menjadi wanita karier yang didasari oleh keinginan untuk memiliki penghasilan sendiri. Hal ini dibuktikan dari CNN Indonesia pada tanggal 08 Maret 2016 yang menyatakan bahwa survei yang dilakukan oleh Grant Thornton menunjukkan selama 12 bulan terakhir posisi senior pada perusahaan di dunia diisi oleh wanita (Nursari A. H., 2018). Pernyataan atas survei tersebut, diikuti juga dengan meningkatnya jumlah wanita karier di Jakarta yang dilansir dari data statistik daerah DKI Jakarta yang menunjukkan bahwa pekerja wanita di sektor formal meningkat dari tahun 2020 ke 2021. Wanita karier tidak hanya memiliki kegiatan bekerja di pagi hari saja namun mereka juga memiliki aktivitas lainnya seusai jam kerja seperti menghadiri *event-event* ataupun *hangout* bersama teman atau komunitas di lingkungannya (White, n.d.). Melalui laman *linkedin* dan *instgaram* Stephanie Agatha yang bekerja sebagai *public relations* di salah satu perusahaan di Jakarta dan juga seorang selebgram, Stephanie memiliki aktivitas seperti *hangout* bersama komunitas dan rekan atau bepergian seperti menghadiri *event*. Maka dari itu, untuk melakukan aktivitas yang berbeda tersebut wanita karier membutuhkan berbagai macam jenis pakaian dengan *style* yang berbeda. Sehingga untuk mempermudah wanita karier dalam membawa barang berlebih saat ke kantor dibutuhkan pakaian yang dapat dikenakan untuk segala aktivitas seperti baju yang memiliki dua atau lebih model didalam satu pakaian (QKerja, 2017).

Convertible clothes adalah pakaian yang mempunyai beberapa *style* yang berbeda dalam satu busana dan dapat digunakan dalam berbagai acara sehingga para pemakaiannya dapat mudah dan cepat dalam berganti gaya dari satu acara ke acara lainnya (Nursari A. H., 2018). Dalam Buku yang berjudul *Techno Fashion* oleh (Quinn, 2002) mengemukakan bahwa *convertible clothes* didasari akan perubahan gaya hidup yang dimana gaya berpakaian seseorang menjadi lebih praktis dan lebih bebas khususnya diperkotaan. Selain itu didasari akan pertimbangan utama mobilitas dan multifungsi bagi penduduk kota karena kebutuhan di masa yang serba

cepat. Saat ini, banyak orang sudah lebih mementingkan penampilannya karena perkembangan sosial media sehingga, memicu seseorang untuk selalu menunjukkan aktifitasnya yang menyebabkan wanita menghindari memakai busana yang sama dalam berbagai kesempatan karena hal tersebut membuat suasana menjadi canggung dan menurunkan rasa percaya diri (Jia, 2014). Terdapat beberapa *brand* busana kerja yang bertujuan untuk mendukung aktivitas bekerja wanita karier. *Brand* tersebut adalah Masshiro and Co dan ATS Studio. Masshiro and Co dan ATS Studio merupakan *brand* busana *ready to wear* lokal yang memiliki produk utamanya adalah berupa atasan, bawahan, dan *dress*. Berdasarkan hasil analisis SWOT dan *brand* pembanding dapat disimpulkan bahwa sampai saat ini belum ada *brand* lokal yang memiliki konsep *convertible clothes* sebagai lini utama produk.

Berdasarkan fenomena dan masalah yang terjadi, maka dibutuhkan busana kerja yang dapat dipakai saat kegiatan formal dan nonformal sehingga dapat menunjang aktivitas wanita karier di Jakarta yang dinamis. Maka dengan busana kerja berkonsep *convertible clothes* akan memudahkan wanita karier dalam berpakaian dengan memberikan tampilan yang prima namun tetap berbeda dan menarik disetiap acara, menyusutkan efektivitas dalam membawa barang dan menghemat waktu. Penulis akan memanfaatkan peluang bisnis dengan merancang busana kerja *ready to wear* dengan konsep *convertible clothes* yang memiliki desain *timeless* dengan pemilihan warna *neutral* yang memiliki *style simple* dan *elegant* serta penerapan teknik *surface textile* sebagai *embliment*/dekorasi. Perancangan busana dari penelitian ini juga memperhatikan perkembangan tren yang sedang berkembang yang bertujuan untuk memudahkan wanita karier dalam berpakaian untuk bekerja ataupun menghadiri *event* dan kegiatan seusai kerja lainnya.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adanya potensi perancangan busana kerja *ready to wear* dengan prinsip *convertible clothes* yang efisien dan bisa digunakan dalam acara formal dan nonformal.

2. Adanya peluang perkembangan bisnis busana kerja *ready to wear* yang menerapkan prinsip *convertible clothes*.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan busana kerja *ready to wear* dengan prinsip *convertible clothes* yang efisien dan bisa digunakan dalam acara formal dan nonformal?
2. Bagaimana cara mengembangkan bisnis busana kerja *ready to wear* yang menerapkan prinsip *convertible clothes*?

I.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menggunakan perancangan dengan prinsip *convertible clothes* yang dapat menghasilkan 2 atau lebih pengayaan dalam satu busana.
2. Menetapkan target market wanita karier yang bekerja di daerah Jakarta dengan usia diantara 21-28 tahun.
3. Perancangan busana kerja dibatasi untuk wanita karier dengan jenis pekerjaan *front office* (marketing, public relation, dan lainnya) yang memiliki kegiatan sesuai kerja dengan mengunjungi *mall* untuk bertemu dengan teman maupun komunitas lainnya.
4. Menggunakan material yang tidak mudah kusut untuk memudahkan wanita karier dalam mobilisasi seperti katun, dan *polyester*.
5. Produk akhir berupa koleksi busana kerja *ready to wear*.
6. Pengaplikasian eksplorasi menggunakan teknik *surface textile* seperti *patchwork*, *slashing*, *stitching*, dan *digital print*.

I.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Menciptakan produk busana kerja *ready to wear* dengan konsep *convertible clothes* yang dapat dipakai di berbagai kegiatan formal dan nonformal.

2. Menciptakan usaha bisnis busana kerja *ready to wear* yang menerapkan konsep *convertible clothes*.

I.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian sebagai berikut:

1. Terciptanya produk busana kerja *ready to wear* dengan konsep *convertible clothes* yang dapat dipakai di berbagai kegiatan formal dan nonformal.
2. Terciptanya usaha bisnis busana kerja *ready to wear* yang menerapkan konsep *convertible clothes*.

I.7 Metodologi Penelitian

Penyusunan karya tulis ini memerlukan data-data, informasi yang lengkap serta selaras. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa semi kualitatif. Metode kualitatif digunakan karena berfokus untuk mencari informasi secara lengkap mengenai kebutuhan *target market* dan *brand* busana kerja. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Studi literatur meliputi jurnal, buku dan *website* yang berhubungan dengan topik penelitian, sehingga diperoleh data primer dan sekunder untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan dan penyusunan penelitian ini.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada *brand* referensi dan *target market* potensial untuk menggali informasi mengenai busana kerja dan aktivitas orang bekerja di Jakarta.

3. Observasi

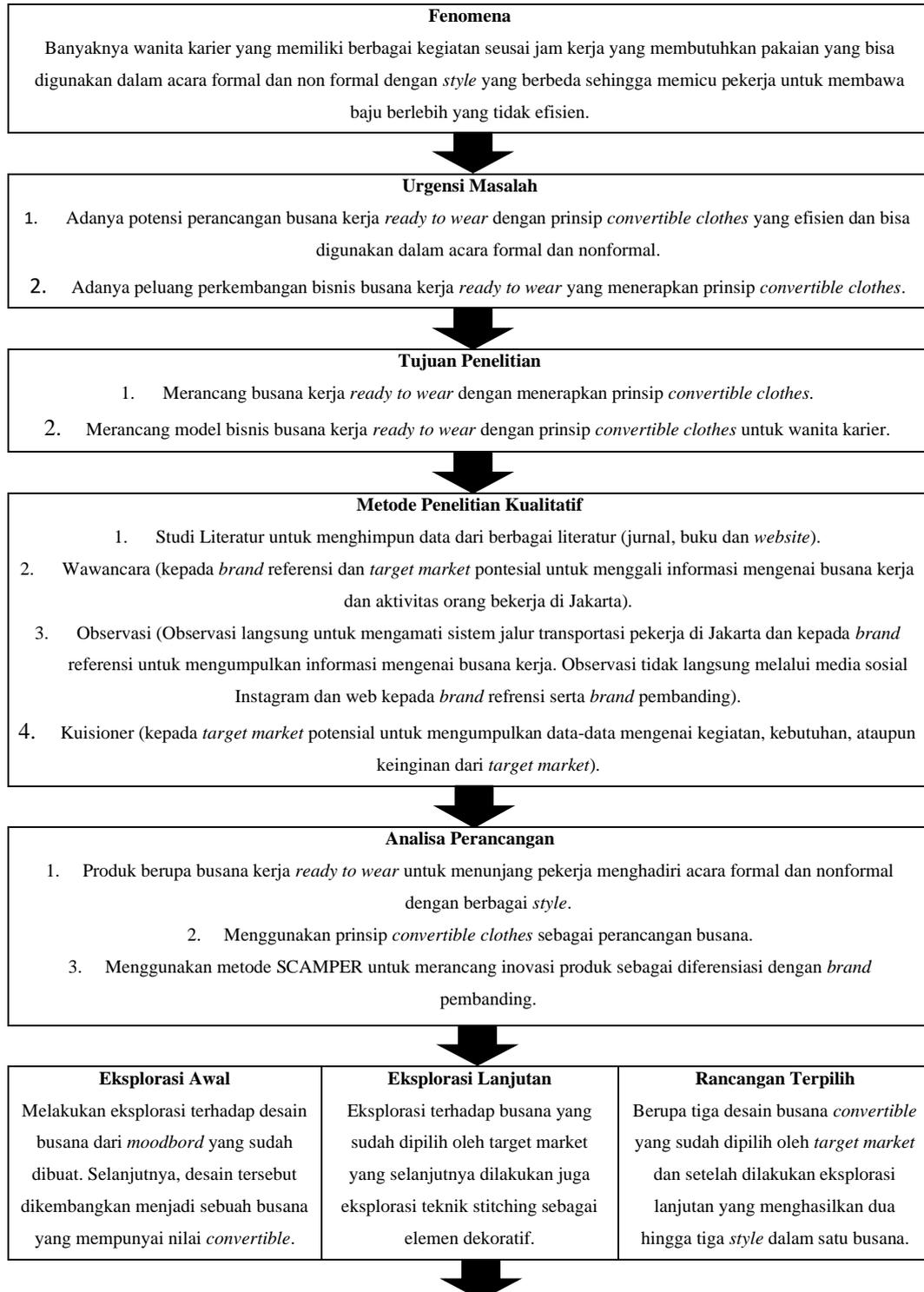
Metode Observasi dilaksanakan untuk mengamati objek dan referensi data penelitian secara langsung serta observasi *online* dilakukan untuk mengamati berbagai macam *visual* objek penelitian melalui media sosial.

4. Kuisisioner

Metode Observasi dilakukan dengan melakukan survei yang ditujukan kepada *target market* potensial untuk mendapatkan data-data penunjang dari *target market* secara keseluruhan.

I.8 Kerangka Penelitian

Table I. 1 Kerangka Penelitian



Konsep Perancangan

Produk busana kerja *ready to wear* dengan prinsip *convertible clothes* yang bisa menghasilkan berbagai *style* formal dan nonformal dalam satu produk untuk wanita pekerja yang mempunyai aktivitas lainnya sesuai bekerja. Produk busana kerja terdiri dari kemeja, *blouse*, outer dan celana. Produk ini memadukan dua material kain yang mudah menyerap keringat dan tidak tebal untuk menyesuaikan cuaca kota Jakarta yang panas dan pergerakan mobilitas pekerja yang tinggi dengan teknik *stitching* sebagai *embellishment* serta perencanaan bisnisnya.

Kesimpulan

1. Adanya wanita karier yang mempunyai aktivitas sesuai bekerja yang memicu pekerja membawa baju berlebih yang tidak efisien.
2. Adanya peluang bisnis baru untuk mengembangkan usaha busana kerja *ready to wear* dengan konsep *convertible clothes*.
3. Pakaian untuk wanita pekerja yang mempunyai berbagai kegiatan setelah bekerja dengan perancangan produk busana kerja *ready to wear* yang menerapkan prinsip *convertible clothes* sehingga pekerja dapat merubah *style* busana yang dipakai saat menghadiri berbagai acara dalam satu hari.

I.9 Sistematika Penulisan

Penulisan karya tulis ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang fenomena penelitian mengenai kebutuhan busana wanita karier untuk ke bekerja yang lebih praktis serta efisien, setelah itu mengidentifikasi masalah dari fenomena tersebut, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian, kerangka penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Studi Pustaka

Pada bab ini dijelaskan mengenai teori topik penelitian sebagai paduan atas fenomena dan permasalahan yang diteliti seperti metode SCAMPER, pengertian dan klasifikasi busana, jenis dari *convertible clothes*, pengertian beserta macam-macam bordir, wanita karier, SWOT, dan *Business Model Canvas* (BMC)

Bab III Data dan Analisa Perancangan

Pada bab ini berisikan data-data pendukung lainnya yaitu berupa data primer dan sekunder yang merujuk kepada fokus penelitian dan penjelasan mengenai analisis perancangan yang akan dilakukan dalam penelitian ini. Data primer yang

dipaparkan yaitu hasil penelitian observasi langsung dan secara online, wawancara, dan kuisioner. Selain itu, bab ini juga memaparkan hasil eksplorasi yang linear dengan data primer dan sekunder sebelumnya yang menghasilkan sebuah analisa perancangan.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini diuraikan mengenai tahap penelitian mulai dari analisa *brand* pembandingan, eksplorasi busana, pembuatan konsep, penetapan *target market* secara spesifik, sketsa produk, proses produksi, hingga *visualisasi merchandise* dan produk akhir.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari penyusunan penelitian ini beserta saran yang dapat menunjang penelitian selanjutnya.