

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan rumah bagi populasi Muslim terbesar di dunia dan memiliki potensi signifikan untuk pengembangan industri busana *modest*. Melalui Kementerian Perindustrian, pemerintah mendukung kemitraan strategis guna memperkuat ekosistem busana *modest* nasional, salah satunya melalui ajang tahunan *Muslim Fashion Festival (MUFEST)*. Komitmen ini mencerminkan keseriusan Indonesia dalam mengupayakan posisi strategis di pasar busana *modest* global. Laporan *State of Global Islamic Economy 2023–2024* yang dirilis oleh DinarStandard memproyeksikan bahwa pengeluaran umat Muslim di seluruh dunia akan mencapai USD 3,1 triliun pada tahun 2027 untuk enam sektor industri utama, termasuk busana. Pertumbuhan ini menggambarkan peluang luas bagi pengembangan busana *modest*, termasuk pakaian pria, baik secara regional maupun internasional.

Di Indonesia, proporsi pencarian terkait *fashion modest* merupakan salah satu yang tertinggi di Google pada tahun 2021, sebagaimana dicatat oleh *Harper's Bazaar Indonesia*. Upaya Indonesia untuk mendorong kontribusi terhadap pasar mode global mulai menunjukkan hasil dengan dilaksanakannya *Indonesia Fashion Week (IFW)* sejak tahun 2013, yang membawa visi untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat mode Muslim dunia (Damayanti, 2014). Meskipun awalnya berfokus pada pakaian wanita, busana pria *modest* telah menunjukkan peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu merek yang turut mengisi pasar busana *modest* pria di Indonesia adalah *S&D Project*, yang hadir sejak tahun 2019. Dengan mengusung tagline “*Sahabat Ibadahmu*”, *S&D Project* menawarkan produk busana pria yang modern dan fungsional. Namun demikian, merek ini menghadapi tantangan dalam memperkuat identitas merek (*brand identity*) serta keterbatasan dalam menjangkau tren yang berkembang akibat minimnya riset yang dilakukan. Hal ini menyebabkan potensi pengembangan merek belum dimanfaatkan secara optimal.

Target demografi utama yang ingin dijangkau oleh *S&D Project* adalah Generasi Z, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Kelompok ini cenderung memilih busana yang tidak hanya sopan, tetapi juga fungsional, estetik, dan mencerminkan gaya hidup aktif. Melalui pemahaman terhadap karakteristik target pasar tersebut, strategi perancangan produk dan pendekatan pemasaran perlu diselaraskan dengan hasil riset yang inovatif dan antisipatif. Untuk menjawab tantangan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan *SCAMPER* sebagai dasar dalam proses perancangan produk. Pendekatan *SCAMPER* membantu desainer mengeksplorasi dan memodifikasi produk yang telah ada agar lebih relevan dengan karakter Generasi Z, sekaligus tetap konsisten dengan visi dan identitas merek. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah merancang koleksi busana pria Muslim yang *modest* dan modern, serta relevan dengan tren perkembangan mode pada tahun 2026.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah yang muncul adalah sebagai berikut:

1. Diperlukan pemahaman mengenai perkembangan produk *modest menswear* untuk Generasi Z agar selaras dengan kebutuhan *S&D Project* dan tren mode 2026.
2. Diperlukan analisis mengenai bagaimana pendekatan *SCAMPER* dapat menghasilkan desain *modest menswear* yang inovatif.
3. Diperlukan pembuatan prototipe produk dengan menggunakan pendekatan *SCAMPER* sebagai hasil dari penelitian.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah yang muncul adalah:

1. Bagaimana perkembangan produk *modest menswear* untuk Generasi Z agar selaras dengan kebutuhan S&D Project dan tren mode 2026?
2. Bagaimana penerapan pendekatan *SCAMPER* dapat menghasilkan desain *modest menswear* yang inovatif?
3. Bagaimana merancang prototipe produk menggunakan pendekatan *SCAMPER* sebagai hasil dari penelitian?

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang ada, maka yang dibahas dalam penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Penelitian dilakukan di Indonesia dengan target pria Generasi Z usia 19–25 tahun sesuai segmentasi pasar S&D Project.
2. Fokus penelitian adalah perancangan busana *modest menswear* menggunakan pendekatan *SCAMPER*, disesuaikan dengan kebutuhan merek dan tren mode 2026.
3. Hasil akhir penelitian berupa prototipe produk busana *modest menswear* yang dirancang berdasarkan pendekatan *SCAMPER* dan memperhatikan batasan *cost production* yang dimiliki oleh S&D Project.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah:

1. Mengidentifikasi perkembangan produk *modest menswear* untuk Generasi Z sesuai dengan kebutuhan S&D Project dan tren mode 2026.
2. Untuk menganalisis penerapan pendekatan *SCAMPER* dalam menghasilkan desain *modest menswear* yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan S&D Project..

3. Untuk merancang dan menghasilkan prototipe produk *modest menswear* dengan menggunakan pendekatan *SCAMPER* sebagai hasil dari penelitian.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian adalah:

1. Memberikan wawasan mengenai perkembangan tren busana *modest menswear*, khususnya yang relevan dengan kebutuhan Generasi Z.
2. Menjadi referensi dalam penerapan pendekatan *SCAMPER* untuk proses perancangan busana yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar.
3. Menghasilkan prototipe produk *modest menswear* yang dapat digunakan oleh S&D Project untuk koleksi RAYA 2026.

1.7 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data terkait perancangan busana *modest menswear* untuk Generasi Z. Tahapan pengumpulan dan analisis data dilakukan melalui beberapa metode berikut:

1. Studi Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data sekunder melalui berbagai sumber referensi seperti buku, jurnal ilmiah, prosiding, laporan tugas akhir sebelumnya, serta artikel daring. Studi literatur bertujuan untuk menganalisis perkembangan *modest menswear* di Indonesia dan global, mengkaji karakteristik serta preferensi Generasi Z dalam memilih pakaian, dan mengidentifikasi tren mode *modest menswear* tahun 2026 yang relevan dengan kebutuhan S&D Project.

Data dari studi literatur dianalisis secara deskriptif dengan mengelompokkan informasi berdasarkan tema utama yang berkaitan dengan penelitian, seperti tren *modest menswear*, kebutuhan Generasi Z, dan pendekatan desain *SCAMPER*.

2. Observasi

Observasi dilakukan dalam dua tahap, yaitu observasi langsung dan observasi daring. Observasi langsung dilaksanakan di pusat perbelanjaan seperti Paris Van Java, Festival Citylink, dan 23 Paskal untuk mengamati produk *modest menswear* di toko-toko seperti Uniqlo Menswear, H&M Menswear, RiaMiranda Menswear, Buttonscarves Men's Apparel, dan HijabChic Menswear. Observasi ini berfokus pada elemen desain seperti bahan, warna, siluet, *cutting*, dan detail produk yang diterapkan dalam *modest menswear*. Observasi daring dilakukan dengan mengamati dan menganalisis strategi desain serta pemasaran dari merek *modest menswear* seperti Uniqlo, H&M, RiaMiranda, Buttonscarves, hingga ZOMA Basic, Rabbani, M231, dan Casella melalui website resmi dan media sosial. Data dari kedua tahap observasi dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan elemen desain antar merek dan mengidentifikasi pola yang sesuai dengan target pasar S&D Project.

3. Survei

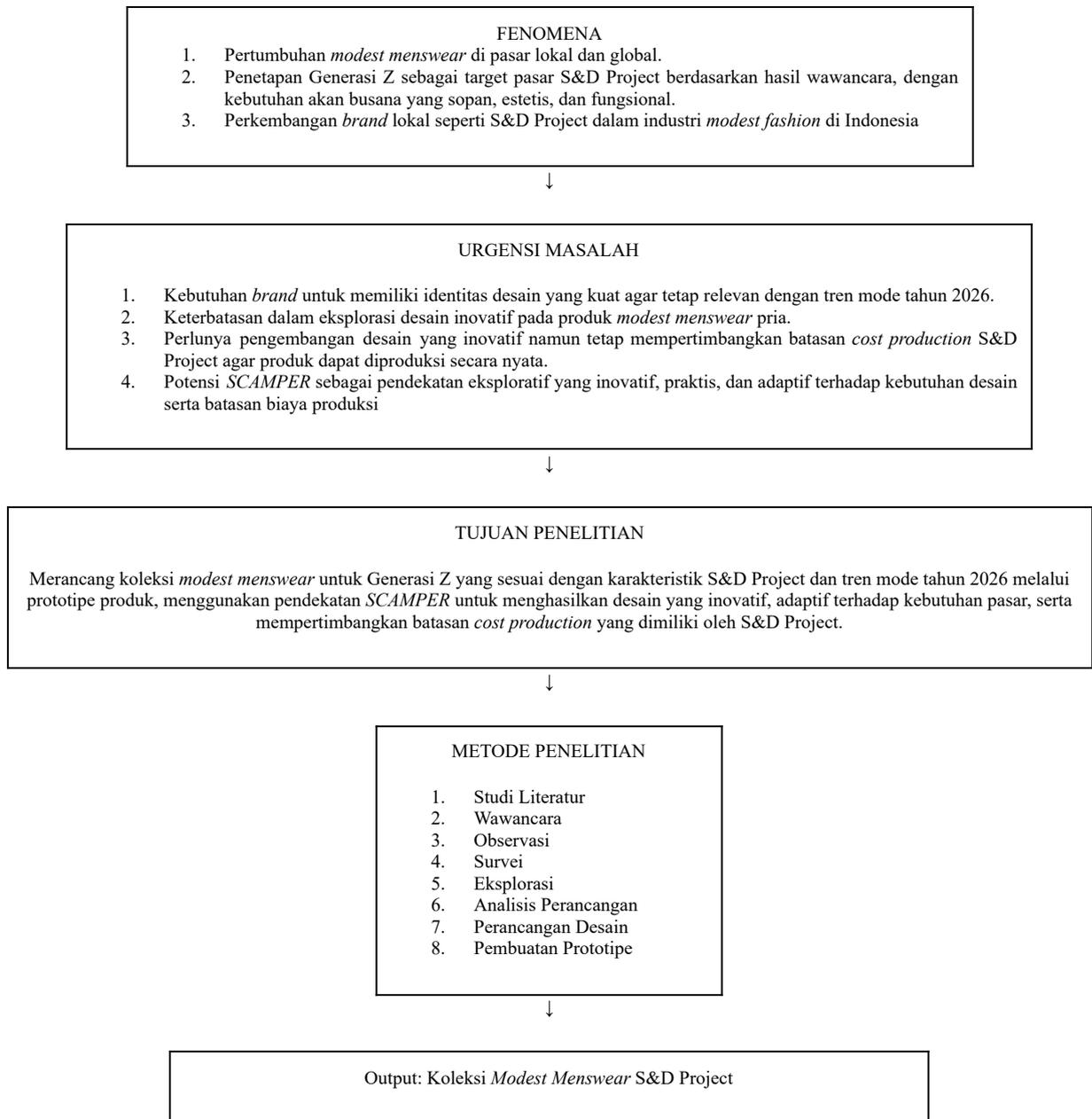
Survei dilakukan untuk memahami preferensi dan kebutuhan Generasi Z (usia 19–25 tahun) sebagai target pasar S&D Project. Survei ini bertujuan untuk mengidentifikasi preferensi material, warna, dan desain yang diinginkan, serta mengevaluasi produk-produk sebelumnya dari S&D Project untuk pengembangan desain baru. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert untuk mendapatkan data yang lebih terukur terkait preferensi desain.

4. Eksplorasi

Eksplorasi desain dilakukan dengan menerapkan pendekatan *SCAMPER* (*Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to another use, Eliminate, Rearrange*).

Tahap awal eksplorasi dilakukan dengan menyusun *moodboard* berdasarkan hasil studi literatur, observasi, dan survei untuk menganalisis karakteristik desain *modest menswear* yang telah ada. Setiap desain tidak akan menerapkan seluruh teknik *SCAMPER* secara bersamaan. Teknik yang dipilih akan dikombinasikan sesuai kebutuhan, misalnya menggabungkan teknik *Combine* dan *Modify* dalam satu desain untuk menghasilkan variasi yang sesuai dengan preferensi target pasar.

1.8 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

1.9 Sistematika Penulisan

Laporan Tugas Akhir ini disusun secara sistematis agar memudahkan pembaca dalam memahami proses penelitian dan perancangan yang dilakukan. Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode yang digunakan, kerangka penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: Landasan Teori

Bab ini membahas teori-teori yang mendukung penelitian, seperti konsep *modestwear*, karakteristik Generasi Z, pendekatan *SCAMPER*, tren mode 2026, serta teori *branding* dan perancangan pakaian pria.

BAB III: Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, teknik pengumpulan data seperti observasi, survei, dan eksplorasi. Selain itu, bab ini menyajikan hasil data lapangan dan analisis data sebagai dasar perancangan desain.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menguraikan proses eksplorasi dan perancangan desain menggunakan pendekatan *SCAMPER*. Di dalamnya mencakup analisis *brand* pembeding, *moodboard*, konsep desain, sketsa produk, dan proses pembuatan prototipe.

BAB V: Kesimpulan dan Saran

Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan perancangan, yang menjawab rumusan masalah dan menunjukkan ketercapaian tujuan penelitian. Selain itu, disampaikan pula saran untuk pengembangan produk atau penelitian selanjutnya.