

PEMANFAATAN KAIN TENUN TROSO SEBAGAI BUSANA *CASUAL READY TO WEAR* UNTUK GENERASI MUDA

Ellen Cynthia Rahman¹, Rima Febriani²

Program studi Kriya, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University, Bandung

ellencynthia16@gmail.com¹, mori.telkomuniversity@gmail.com²

ABSTRAK

Permasalahan dari penelitian ini adalah dewasa ini terdapat beberapa pelaku usaha kain tenun Troso atau desainer yang memanfaatkan kain tenun Troso untuk dijadikan busana *casual ready to wear*, namun desain yang ditawarkan cenderung kurang variatif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat memanfaatkan kain tenun Troso sebagai busana *casual ready to wear* untuk generasi muda khususnya wanita dengan desain yang lebih variatif dan siap jual.

Kata kunci : Troso, *casual, ready to wear, bisnis*

1. Pendahuluan

Kain tenun Troso merupakan kain tenun ikat yang dibuat di salah satu sentra tenun di Jawa Tengah, tepatnya di Kabupaten Jepara, Kecamatan Pecangaan, Desa Troso. Menurut Rajasa (2010) jenis tenun ikat yang dikembangkan oleh desa Troso merupakan bukan jenis tenun asli dari daerah Troso ataupun Jawa. Tenun Troso mengadopsi motif tenun dari daerah-daerah lain di luar Pulau Jawa, khususnya tenun dari daerah bagian Timur Indonesia seperti Sumba, Bali, Flores, dan Toraja.

Seiring perkembangan zaman, selain mengadopsi motif tradisional daerah-daerah di Indonesia, pengrajin tenun Troso juga membuat

motif-motif lain sesuai dengan pesanan *customer* atau kreasi dari tiap pengrajin Troso di Desa Troso. Selain kaya akan motif, tenun Troso terkenal dengan kualitasnya yang cukup baik dan harganya yang cukup terjangkau dibandingkan dengan kain tenun tradisional daerah lainnya di Indonesia. Menurut Alamsyah, dkk. (2013), hal ini membuat kain tenun Troso memiliki banyak peminat di pasaran. Namun dari hasil observasi lapangan yang telah peneliti lakukan, kain tenun Troso umumnya masih diperjualbelikan dalam bentuk lembaran. Belum banyak pelaku usaha kain tenun Troso ataupun butik yang memanfaatkan kain Troso sebagai bahan untuk dijadikan busana *casual* dengan desain lebih variatif.

Kurangnya pemanfaatan kain tenun Troso sebagai busana *casual* merupakan hal yang cukup disayangkan mengingat adanya beberapa kelebihan pada kain tenun Troso yang dapat dimanfaatkan sebagai busana *casual* yang cocok untuk dikenakan sehari-hari oleh generasi muda dan memiliki peluang bisnis dalam industri *fashion*.

Dengan adanya hal ini, peneliti melihat bahwa kain tenun Troso memiliki potensi untuk dijadikan busana *casual ready to wear* dengan desain yang masih memungkinkan untuk terus dikembangkan agar menghasilkan busana yang lebih variatif. Selain itu peneliti melihat bahwa adanya peluang bisnis yang baik dalam pemanfaatan kain tenun Troso sebagai busana *casual ready to wear* untuk wanita ini.

2. Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, meliputi studi literatur, observasi lapangan, wawancara, dan eksplorasi.

Studi literatur diperoleh dari berbagai sumber bacaan meliputi buku, jurnal, artikel, dan tesis guna mendapatkan data-data mengenai kain tenun Troso, klasifikasi busana, *surface embellishment*, dan peluang bisnis. Observasi lapangan dilakukan pada retail, workshop, pengrajin kain tenun Troso, dan pengamatan melalui media sosial terhadap tenun Troso Jepara untuk mendapatkan data-data mengenai kain Troso Jepara, serta pengaplikasiannya pada produk *fashion*. Wawancara yang dilakukan dengan cara

tanya jawab secara langsung kepada pelaku usaha kain tenun Troso, pengrajin kain tenun Troso, dan pihak-pihak yang dapat memberikan informasi yang diperlukan. Selain itu dilakukannya eksplorasi berupa penggunaan teknik *ruffle* dan *pleats* pada material kain tenun Troso dan kain katun toyobo.

3. Hasil dan Analisa

Menurut Alamsyah dkk. (2013), kain tenun Troso saat ini cukup banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Permintaan pasar terhadap kain tenun Troso cukup banyak, baik dalam bentuk lembaran maupun produk fesyen berupa busana, khususnya busana *ready to wear*.

Kendati demikian, menurut hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa pelaku usaha kain tenun Troso di Desa Troso, Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah, saat ini belum banyak pelaku usaha kain tenun Troso yang memperjual belikan kain tenun Troso dalam bentuk produk fesyen berupa busana *ready to wear*. Sebagian besar pelaku usaha kain tenun Troso lebih suka atau memilih memperjual belikan kain tenun Troso dalam bentuk lembaran dibanding harus mengolahnya terlebih dahulu untuk dijadikan produk fesyen seperti pakaian, tas, dsb.

Selain itu peneliti juga melakukan observasi lapangan dan pengamatan baik secara langsung maupun melalui media sosial terhadap beberapa *brand* lokal seperti Tenun Ikat Dewi Shinta, Awan Ethnic Craft, ETHNICHMINE, dan Ethic Maheswara yang menjual busana *casual*

ready to wear untuk wanita berbahan kain tenun Troso. Dari hasil pengamatan yang peneliti lakukan, busana *casual ready to wear* untuk wanita yang ditawarkan oleh *brand-brand* tersebut cenderung menggunakan material kain tenun Troso pada seluruh pakainnya, tidak adanya aplikasian seperti *ruffle*, renda, atau bordiran pada pakaian, serta potongan pola pakaian yang termasuk ke dalam pola dasar dan memiliki tampilan desain yang serupa antar *brand*.

Melihat hal ini, peneliti melihat bahwasanya perancangan desain busana *casual ready to wear* berpotensi untuk lebih dikembangkan lagi dari segi desain busananya. Perancangan desain busana *casual ready to wear* yang lebih variatif dapat ditempuh dengan beberapa cara, salah satu diantaranya adalah dengan melihat *trend forecast* yang ada untuk sebagai referensi dalam mendesain busana.

3.1. Konsep Rancangan Busana

Konsep desain rancangan busana *casual ready to wear* untuk wanita khususnya generasi muda ini terinspirasi dari *trend forecast* 2019/2020 dari BEKRAF yaitu *trend forecast Singularity* dengan sub tema SVARGA, *Supranatural*, dimana busana didesain dengan tampilan yang berkesan *loose* dan menggunakan kain Troso bermotif etnik geometris. Warna-warna yang digunakan merupakan paduan warna yang ada pada sub tema SVARGA yaitu *Supranatural* yang berkesan gelap dan warna *teracotta* yang dapat menambah kesan etik pada pakaian. Selain itu aksen *ruffle* dan *pleats* ditambahkan pada busana dengan tujuan agar menambah keunikan tersendiri pada desain busana

yang dapat membuatnya terlihat berbeda dari yang sudah ada. Selain itu menurut Alexander dalam artikelnya untuk halaman *online BAZAR*, *ruffle* akan menjadi *trend* di tahun 2019 dan menurut Nipin dalam artikelnya untuk situs *online ModAcable*, di tahun 2020 *ruffle* akan menjadi *trend*, khususnya penerapan *ruffle* pada *blouse*. Desain busana akan dibuat sedemikian rupa agar nantinya busana dapat di *mix and match* satu dengan yang lainnya.



Gambar 1. Image Board

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

3.2. Eksplorasi

Dalam perancangan busana *casual ready to wear* ini terdapat tahapan pembuatan eksplorasi *surface embellishment* berupa *ruffle* dan *pleats*. Pemilihan hasil ekplorasi seperti yang tetretra pada tabel dikarenakan teknik-teknik tersebut dapat menghasilkan tampilan yang lebih maksimal dengan teknik yang sederhana jika dibandingkan dengan proses pengerjaan teknik lainnya dan hasil yang ditampilkan merupakan hasil yang diperlukan dalam merealisasikan busana yang telah dirancang. Nantinya eksplorasi terpilih ini akan diterapkan pada kain katun Toyobo dikarenakan kain katun toyobo tidak memiliki

motif yang perlu diperlihatkan. Penerapan teknik-teknik tersebut pada kain teun Troso

dikhawatirkan motif yang ada pada kain menjadi tidak terlihat dengan jelas

Tabel 1. Eksplorasi

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

Gambar	Nama Teknik
	Teknik: <i>Single Edge Gathers Ruffle</i>
	Teknik: <i>Single Edge Gathers Ruffle</i>
	Teknik: <i>Box Pleats</i>

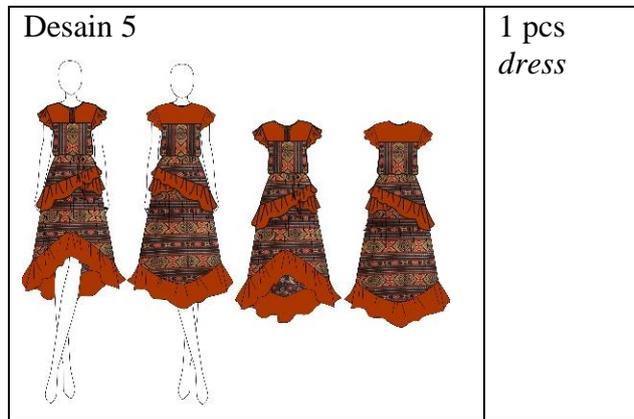
3.4. Desain Produk

Setelah dilakukannya proses perancangan konsep dan eksplorasi, maka langkah selanjutnya adalah menerapkannya ke desain rancangan busana *casual ready to wear* untuk wanita.

Tabel 2. Desain Produk

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

Gambar Desain	Ket.
<p>Desain 1</p> 	<p>1 pcs <i>outter</i></p> <p>1 pcs celana kulot</p>
<p>Desain 2</p> 	<p>1 pcs <i>crop top</i></p> <p>1 pcs celana kulot</p>
<p>Desain 3</p> 	<p>1 pcs <i>off shloder top</i></p> <p>1 pcs celana kulot</p>
<p>Desain 4</p> 	<p>1 pcs <i>top</i></p> <p>1 pcs celana kulot</p>



Gambar 4. Desain Produk 4 dan 5

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

3.5. Visualisasi Produk

Berikut merupakan visualisasi produk yang telah melewati tahapan-tahapa proses produksi



Gambar 2. Visualisasi Produk1

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019



Gambar 3. Desain Produk 2 dan 3

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

3.6. Peluang Bisnis

Menurut Ardichvili et al. (2003), peluang bisnis adalah kesempatan untuk memenuhi kebutuhan pasar (atau kepentingan dan keinginan) melalui kombinasi kreatif sumber daya untuk memberikan nilai yang terbaik. Dalam hal ini kain tenun Troso memiliki peluang bisnis yang baik dimana masih belum banyak pelaku usaha yang menawarkan busana *casual ready to wear* berbahan kain tenun Troso dengan pilihan desain yang variatif.

Generasi muda sendiri sebagai target market dalam hal ini merupakan mereka yang saat ini berumur 18 hingga 27 tahun atau mereka yang merupakan bagian dari generasi millennial dan generasi Z. Menurut studi literatur yang ada, kedua generasi tersebut patut untuk dijadikan sebagai ceruk pasar yang potensial karena memiliki daya beli yang tinggi di tahun ini dan di tahun yang akan datang, khususnya di tahun 2020. Selain itu kedua generasi tersebut cenderung senang berbelanja kebutuhan fesyen atau penampilan.

Adapun customer segment, channels, value propotio, dan revenue streams dari bisnis busana *casual ready to wear* ini, yaitu:

a. *Customer Segment*

Lawe memiliki target market pasar massa, yaitu dimana Lawe melayani *customer* dari berbagai segmen dengan masalah yang sama yaitu membutuhkan pakaian *casual ready to wear* untuk dikenakan dalam kegiatan sehari-hari atau bekerja.

- Aspek Geografis: Wanita bertempat tinggal di Jakarta dan Bandung.
- Aspek Demografi: Wanita kelas menengah berumur 18 tahun hingga 27 tahun. Berprofesi sebagai pelajar, mahasiswa, model, karyawan atau pegawai, dan wirausahawan. Mereka yang bekeinginan, memiliki kebutuhan atau dituntut untuk tampil dengan busana *casual* yang *trendy* dengan sentuhan wastra Indonesia.
- Aspek Psikografis: Pribadi yang ramah, *humble*, menyukai atau memiliki ketertarikan dengan budaya Indonesia, menyukai berpegian (*traveling*), cukup eksis di media sosial, dan pribadi yang memiliki kepedulian terhadap alam.

b. *Channels*

Memasarkan produk secara langsung melalui media sosial. Selain

memasarkan produk secara langsung melalui media sosial, peneliti juga akan memasarkan produk melalui beberapa *platform e-commerce* yang ada. Pemasaran produk melalui *e-commerce* ini bertujuan agar pembeli dapat lebih merasa aman, nyaman, dan praktis dalam melakukan transaksi. Pada kesempatan tertentu, peneliti akan mengikuti bazar pada *event-event* tertentu.

c. *Value Propotion*

Value propotion produk-produk dari *brand* Lawe yaitu:

- Terdapat sentuhan kain tenun Troso dalam pakaian yang ditawarkan
- Rancangan desain busana mengikuti *trend* yang ada dan dipadukan dengan kain tenun Troso sehingga cocok dikenakan oleh generasi muda yang ingin bergaya namun dalam gayanya terdapat unsur wastra Indonesia di dalamnya.
- Memiliki keunikan berupa aplikasian *ruffle* dan *pleats* pada desain busana yang menjadi salah satu ciri khas busana dari *brand* kami.
- Busana memungkinkan untuk di *mix and match* dengan busana lainnya.

d. *Revenue Streams*

Pemasukan hanya diperoleh dari penjualan produk dengan range harga penjualan produk dimulai dari harga Rp 260.000 hingga Rp 550.000.

4. Simpulan

Setelah dilakukannya penelitian ini, adapun kesimpulan yang didapat yaitu kain tenun Troso memiliki potensi untuk dijadikan busana *casual ready to wear*. Hal ini dikarenakan kain tenun Troso memiliki beberapa kelebihan yang sesuai untuk dijadikan *busana casual ready to wear*, yaitu diantaranya kain yang kaya akan motif dan warna, bahan yang terbuat dari katun sehingga nyaman dikenakan sehari-hari, harganya yang terjangkau dan cukup banyak diminati di pasaran sehingga memungkinkan untuk diproduksi sebagai busana *casual ready to wear*. Selain itu menurut survey yang telah peneliti lakukan, pemanfaatan kain tenun Troso sebagai busana *casual ready to wear* dari segi desain dapat lebih dikembangkan lagi agar lebih variatif.

Adapun cara perancangan desain busana *casual ready to wear* dari kain tenun Troso agar busana yang dihasilkan menjadi lebih variatif, yaitu dengan menerapkan *surface embellishment* yang dapat menciptakan ciri khas dari *brand* sendiri, serta melihat panduan *trend fashion* yang akan datang sebagai acuan atau referensi dalam perancangan desain busana. Hal ini dapat mendukung perancangan desain busana dengan tampilan yang lebih variatif dan sesuai dengan *trend* yang ada sehingga dapat menambah nilai jual produk.

Selain itu pemanfaatan kain tenun Troso sebagai busana *casual ready to wear* memiliki peluang bisnis yang cukup baik. Hal ini dikarenakan belum banyaknya *brand* yang menawarkan produk busana *casual ready to wear* berbahan kain tenun Troso untuk wanita dengan desain yang variatif. Generasi muda sebagai target

market berpotensi menjadi pasar yang baik, khususnya di tahun ini dan tahun yang akan datang. Selain itu mengingat generasi muda memiliki minat berbelanja yang tinggi terutama dalam bidang *fashion*

5. Referensi

- [1] Alamsyah, dkk. 2013. *Kearifan Lokal Pada Industri Tenun Troso: Potret Kewirausahaan Pada Masyarakat Desa*. Semarang: CV. Madina
- [2] Ali, Hasanuddin, Purwandi, Lilik. 2016. *Indonesia 2020: The Urban Middle-Class Millennials*. Jakarta: PT. ALVARA STRATEGI INONESIA
- [3] Ardichvili, A., Cardozo, R. dan Ray, S. 2003. *A theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development*. Journal of Business Venturing.
- [4] *Indonesia Trend forecasting*. 2019. *Singularity Trend Forecast 19/30* . BEKRAF: Jakarta
- [5] Bunka Fashion School. 2009. *Fundamental of Garment Design*
- [7] Ramadhani, Ratri Dewi. 2015. *Keberadaan dan Perkembangan Tenun Troso Jepara*. Surakarta: Institut Seni Indonesia Surakarta
- [8] Rajasa, Okke Hatta. 2010. *Tenun: Hand Woven Textile of Indonesia*. Jakarta: Cita Tenun Indonesia