

PERANCANGAN BUSANA KERJA *CONVERTIBLE CLOTHES* UNTUK WANITA KARIER DI JAKARTA BESERTA PERENCANAAN BISNISNYA

Aninditha Tri Putri¹, Rima Febriani², dan Sari Yuningsih³

^{1,2,3} Kriya, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu –
Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257
anindithaputri@student.telkomuniversity.ac.id, rimafebriani@telkomuniversity.ac.id,
sariyuningsih@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Meningkatnya jumlah pekerja wanita di Jakarta selama beberapa tahun terakhir ini didasari oleh banyaknya wanita yang ingin menjadi wanita karier untuk mempunyai penghasilan sendiri. Dalam kesehariannya saat bekerja, wanita karier juga memiliki kegiatan setelah bekerja seperti bertemu teman, kolega ataupun menghadiri *event*. Hal tersebut membuat wanita karier membutuhkan berbagai macam jenis pakaian dengan *style* yang berbeda sehingga dapat memudahkannya dalam membawa barang berlebih. Berdasarkan fenomena yang terjadi, *convertible clothes* adalah sebuah solusi dimana wanita karier dapat memakai satu busana yang memiliki berbagai tampilan sehingga dapat dipakai dalam berbagai kesempatan. Perancangan dari penelitian yaitu menggunakan material yang tidak mudah kusut sehingga memudahkan wanita karier dalam melakukan mobilisasi yang sesuai dengan karakteristik pekerja Jakarta yang cepat dan dinamis. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik semi kuantitatif seperti studi literatur, wawancara, observasi, dan kuisioner. Hasil akhir dari penelitian ini yaitu membuat busana kerja dengan prinsip *convertible clothes* yang dapat digunakan di acara formal dan non formal dan mengaplikasikan teknik *stitching* sebagai elemen dekoratif. Perencanaan bisnis dari produk yang dihasilkan disusun menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) yang sesuai dengan *value* dan kebutuhan dari *target market*.

Kata kunci: Wanita karier, *convertible clothes*, busana kerja, Jakarta, perencanaan bisnis.

Abstract: The increase in the number of women's careers in Jakarta in recent years is based on the large number of women who want to become women's careers and have their own income. In their daily work lives, women's careers also have other activities after their time at work, such as meeting friends, colleagues, or attending events. So, it makes women's careers require various types of clothing with different styles so that they can easily carry excess items. Based on the phenomenon that occurs, *convertible clothes* are the solution for women's career who want to wear one type of clothing that has different types of styles so it can be used on various occasions. The design of this research uses

materials that are not easily wrinkled so as to make women's careers in mobilization easier according to the characteristics of Jakarta workers who are fast and dynamic. This study uses qualitative methods and semi-qualitative techniques like literature studies, interviews, observations, and questionnaires. The outcome of this research is to make work clothes with the principle of convertible clothes that can be used in formal and non-formal events and apply techniques such as stitching as decorative elements. The business planning of the products produced is prepared using the Business Model Canvas (BMC) according to the values and needs of the target market.

Keywords: Woman career, convertible clothes, work clothes, Jakarta, business plan.

PENDAHULUAN

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 pemakainya 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 menunjukan 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* pembandingan 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 *emblishment/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.

METODE PENELITIAN

Penyusunan penelitian 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:

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.

Wawancara

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

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.

Kuisisioner

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

HASIL DAN DISKUSI

Scamper

SCAMPER adalah tujuh metode berpikir kreatif untuk melakukan inovasi produk, mengembangkan produk ataupun meningkatkan produk yang sudah ada dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan tentang produk tersebut (Team). Menurut Bob Eberle, seorang administrator dan penulis Pendidikan, membagikan beberapa pertanyaan ke dalam metode SCAMPER yang terdiri dari *Substitute* (Pengganti), *Combine* (Menggabungkan), *Adapt* (Menyesuaikan), *Modify* (Mengubah), *Put to another use* (Dimanfaatkan kembali), *Eliminate* (Menghilangkan), dan *Reverse* (Mengatur ulang).

Busana

Sejarah busana berdasarkan buku (Bunka Fashion College, 2009) pertama kali muncul saat manusia mulai memakai busana di zaman dahulu. Manusia pada saat itu menggunakan busana untuk melindungi tubuh dari cuaca, sebagai gaya hidup, busana untuk penanda kelas sosial dan busana tradisional sebagai kelangsungan hubungan dalam mempertahankan budayanya. Busana yang dikenakan seseorang setiap harinya harus mengutamakan aspek kenyamanan saat memakainya dan juga sesuai dengan faktor lingkungan saat busana tersebut dikenakan untuk dapat diterima baik dan mewujudkan busana yang nyaman, mempunyai nilai dan keindahan.

Convertible Clothes

Convertible berasal dari kata dalam bahasa Inggris yaitu *converts* yang mempunyai arti “mengubah” dalam bahasa Indonesia. *Convertible* merupakan

pakaian yang bisa dipadu-padankan menjadi beberapa *style* dengan cara dibongkar pasang, ataupun dirubah sesuai kreatifitas pemakainya masing-masing (Nursari R. M., 2019). Dikatakan juga oleh (Quinn, 2002) *convertible clothes* yaitu sebuah konsep pakaian yang dapat berubah bentuk menjadi pakaian lain atau kembali ke bentuk semula dengan mengubah ataupun memaksimalkan komponen yang terdapat dalam pakaian tersebut sehingga beralih fungsi dan tetap nyaman saat digunakan. *Convertible clothes* dapat dikategorikan menjadi 2 tipe yaitu:

Reversible

Reversible yaitu jenis pakaian menggunakan teknik penggabungan yang memiliki 2 bidang kain yang dapat dibolak balik dengan menunjukkan warna atau pattern yang berbeda dalam satu kesatuan pakaian (Nursari R. M., 2019).

Modular

Modular yaitu jenis pakaian yang mempunyai komponen yang dapat dilepas pasang secara independen pada setiap bagian sehingga tidak mempengaruhi komponen lainnya (Nursari R. M., 2019). Penggunaan konsep *modular* dapat dimaksimalkan dengan kancing, pengait, ritsleting, ataupun tali.

Wanita Karier

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia wanita karier atau wanita berkarier adalah wanita dewasa yang bergerak dalam kegiatan profesi. Selain itu wanita karier juga memiliki istilah lain yaitu *multi burden* yang memiliki arti seorang wanita yang bekerja di luar rumah dan berkecimpung di ruang publik dan sosial kemasyarakatan (Djamaluddin, 2018). Menurut (Putri, 2022) wanita karier adalah seorang wanita yang bekerja di luar rumah, yang sesuai dengan profesi dan keahlian yang dimilikinya. Dalam melakukan pekerjaannya, wanita karier akan memberikan yang terbaik untuk dapat mempertahankan pekerjaannya, naik jabatan dan tidak hanya melakukannya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Sedangkan jika seorang wanita yang bekerja karena bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya saja tidak dapat dikatakan sebagai wanita karier karena hanya

membutuhkan imbalan atas apa yang dilakukan tanpa mempunyai tekad atau ambisi yang kuat. Wanita karier yang bekerja dalam sebuah perusahaan memiliki jenis pekerjaan dengan *jobdesk*, tanggung jawab, dan tuntutan yang berbeda sesuai dengan divisi masing-masing.

Business Model Canvas

Business Model Canvas atau BMC merupakan suatu model bisnis untuk menerangkan sebuah alasan bagaimana organisasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap suatu nilai. Dapat diartikan juga sebagai suatu konsep visual yang memudahkan seseorang untuk menggambarkan bisnis model organisasi dalam menciptakan strategi atau inovasi baru (Pigneur, 2010). *Business Model Canvas* mempunyai sembilan blok yang saling berkaitan untuk menunjukkan tujuan suatu perusahaan. Kesembilan blok dalam pemnggambaran *Business Model Canvas* dapat dibagi menjadi *Costumer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Costumer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, dan *Cost Structure*.

Hasil Observasi

Brand fashion busana kerja kini sudah lebih bebas dengan desain, detail busana, dan pemilihan bahan yang beragam. Batasan antara busana kerja yang formal dan busana bepergian yang informal mulai menipis dan dapat disatukan. Namun, hal tersebut tetap melihat aspek etika dari lingkungan dimana busana dikenakan. Wanita karier yang bekerja pada wilayah *front office* memiliki karakteristik seseorang yang aktif sehingga mempunyai berbagai kegiatan untuk menunjang pekerjaan dan *lifestyle*-nya. Hal tersebut didukung juga dengan adanya pembangunan mall yang berdekatan dengan gedung perkantoran dan akses antar gedung yang saling terintegrasi menjadikan pekerja untuk melakukan aktivitas setelah bekerja di mall seperti berkumpul dengan komunitas ditempat yang lebih bebas dan informal dapat lebih mudah dalam melakukan mobilisasi.

Hasil Wawancara

Membuat suatu brand diperlukan kepekaan akan *market* yang dituju. Dibutuhkan pengetahuan akan keinginan dan kebutuhan dari konsumennya sendiri dan bagaimana aktivitasnya sehari-hari sehingga, produk yang dihasilkan dapat sesuai dan menunjang konsumen dalam berkegiatan. Pekerja lebih tertarik dengan busana yang berwarna *neutral* karena mudah untuk dipakai dimanapun.

Hasil Kuisisioner

Target market memiliki ketertarikan akan busana *convertible* yang menawarkan efektivitas dalam pemakaian sehingga sesuai dengan mobilitas kegiatan wanita karier di Jakarta yang dinamis dan cepat. Lebih lanjutnya, keunikan akan produk busana *convertible* yang masih jarang ditemukan dan kebutuhan untuk tampil berbeda dalam setiap kesempatan merupakan hal yang target market butuhkan dalam busana bekerja. Mereka menginginkan busana kerja yang dapat dipakai di acara formal maupun nonformal untuk berpergian setelah bekerja ke mall, *café* ataupun *restaurant*. Busana yang diharapkan yaitu busana yang memiliki *style classic elegant* dengan perpaduan warna *earth tone* dan *nude tone* sehingga busana dapat mudah dipadu padankan dengan teknik yang digunakan yaitu *stitching*.f

Perancangan Busana



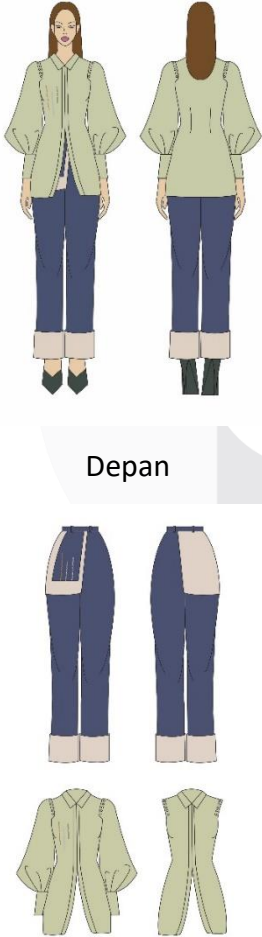
Gambar I. 1 *Moodboard*
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

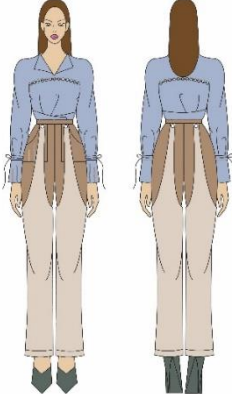
Setelah melakukan eksplorasi awal *moodboard*, didapatkan hasil dari pengembangan *moodbord* pertama dengan mengusung konsep yang diberi nama Un.Blanc *One* yang berasal dari dua kata yaitu *blanc* atau *blanca* dan *one*. *Blanc* berasal dari kata *Blanca* dari bahasa karakteristik memiliki arti kreatif dan praktis yang sesuai dengan konsep dari koleksi ini, dimana busana yang dikembangkan memiliki nilai efektivitas dalam pemakaian namun mempunyai nilai kreatif dan estetika tinggi yang berasal dari pengaplikasian konsep *convertible* pada busana dan detail elemen dekoratif yang digunakan. Selanjutnya, untuk kata *one* yang berarti satu merujuk pada koleksi pertama. Menggunakan prinsip *convertible* yang menghasilkan beberapa tampilan pada satu busana yang dapat diubah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Busana yang dirancang yaitu berupa celana, kemeja, dan *blouse* dengan siluet H dan I yang dapat diubah menjadi rok hingga obi *belt*. Mengaplikasikan perpaduan warna *earth tone* dan *nude tone* serta penggunaan elemen dekoratif berupa teknik *stitching* yang disusun secara berpola *zig-zag* dengan mengadaptasi elemen garis sebagai diferensiasi produk.

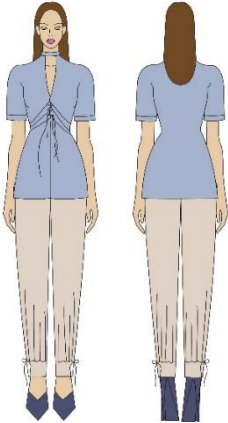
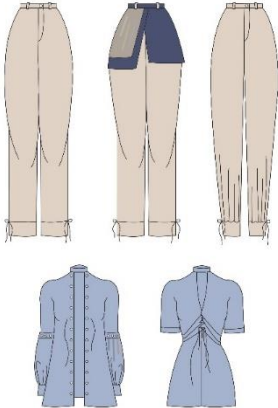
Hasil Eksplorasi

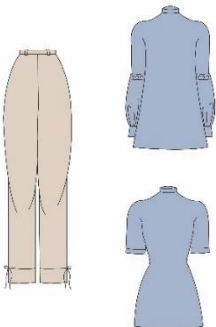
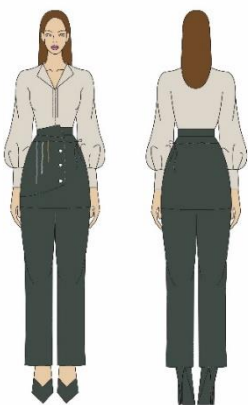
Hasil eksplorasi desain busana awal terpilih berupa 6 desain busana kerja dengan prinsip *convertible*, terpilih 4 desain yang paling efektif dan sesuai dalam penggunaannya sebagai busana kerja dengan prinsip *convertible* sehingga mendapatkan tampilan formal dan *nonformal*, yaitu pada desain 2, 3, 4, dan 5. Selanjutnya, desain tersebut disesuaikan mengikuti tampilan *moodboard* terbaru yang sudah dikembangkan dengan penambahan penggambaran teknik *stitching*.

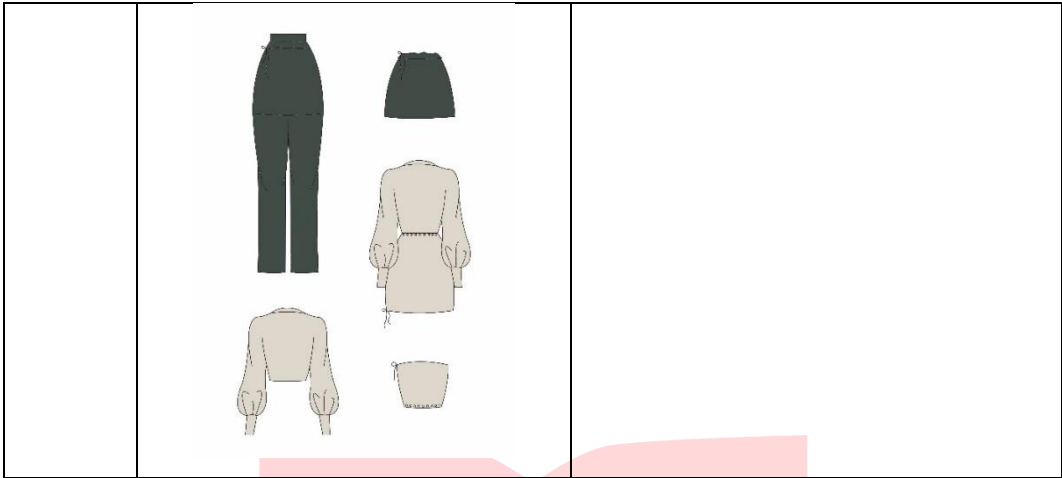
Table I. 1 Eksplorasi Terpilih Desain Busana

No.	Desain Busana	Keterangan
1.		• Bentuk <i>apron</i> yang dapat dilepas pasang dan dibolak balik dengan menghasilkan dua peng gayaan yang berbeda serta mengganti desain <i>apron</i> menjadi lebih minimalis. • Penambahan desain <i>embliment stitching</i> pada bagian depan sebelah kanan kemeja dan pada bagian <i>apron</i> di celana.

	 Bekakang	
2.	 Depan  Belakang	• Mengembangkan desain busana untuk atasan menjadi <i>blouse</i> yang dapat lepas pasang antara bagian atas dan bagian bawah menggunakan kancing serta penambahan <i>belt</i> yang dapat dilepas pasang. • Terdapat perubahan pengaplikasian warna pada bagian celana. • Penambahan desain <i>embliment</i> berupa <i>stitching</i> pada bagian tangan <i>blouse</i> dan bagian saku pada celana pendek.

		
3.	 Depan  Belakang	• Penambahan desain <i>stitching</i> pada bagian tangan kanan blouse dan apron.

		
4.	 Depan  Belakang	• Desain atasan dengan detail penambahan kerah, <i>zipper</i> pada bagian depan busana yang dapat dibuka tutup, serta bagian bawah <i>blouse</i> yang dapat dilepas pasang menjadi <i>tanktop</i> yang dapat dijadikan sebagai <i>inner</i> pada busana. • Pada bagian bawah <i>blouse</i> terdapat detail serut yang dapat di-<i>adjust</i> sesuai bentuk badan saat dijadikan <i>inner</i> busana. • Penambahan desain <i>emblishment stitching</i> pada bagian <i>blouse</i> dan celana yang nantinya dapat diubah menjadi rok pendek.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Eksplorasi Teknik *Stitching*

Penggambaran teknik *stitching* pada koleksi ini dibuat secara sederhana dan elegant sehingga tetap mempertahankan *style classic* yang ingin dikembangkan. Dengan begitu, busana tetap bisa digunakan pada acara formal maupun nonformal. Penempatan struktur *stitching* dibuat secara garis lurus dengan menggunakan elemen garis yang dibuat dengan pola *zig zag* menggunakan warna benang yang kontras dengan bahan utama.

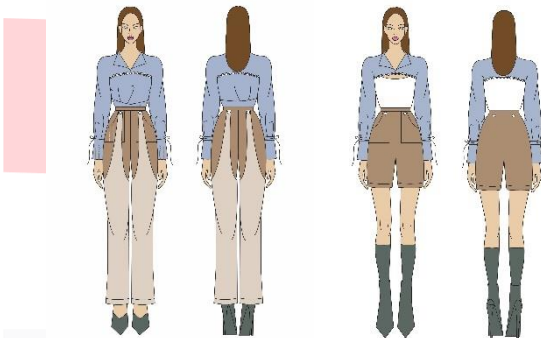
Table I. 2 Eksplorasi Teknik *Stitching*

No.	Gambar	Keterangan
1.		Memakai bahan katun dengan menggunakan empat pola <i>stitching zig zag</i> yang berbeda. Didapatkan hasil yang baik dengan pemilihan warna benang yang kontras. Akan lebih baik jika pola tersebut dibuat lebih dari 1 baris yang berurutan sehingga teknik <i>istitching</i> dapat lebih terlihat pada busana.

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Sketsa Desain Produk dan SCAMPER

Table I. 3 Analisa SCAMPER Desain dan Detail Keterangan	
No.	
1.	 
	Desain 2 • <i>Combine</i>: Menggabukan pola vest dan kemeja dalam satu busana. • <i>Adapt</i>: Mengadaptasi konsep <i>convertible</i> seperti tangan pada kemeja yang dapat dilepas pasang dan <i>apron</i> pada bagian celana yang dapat dibolak balik dan dilepas pasang dengan menghasilkan desain yang berbeda, menetapkan teknik <i>stitching</i> sebagai elemen dekoratif dan menambahkan komponen <i>apron</i> pada bagian celana. • <i>Put to another use</i>: Menambahkan komponen tali dan kancing sebagai penyambung antara satu pola dengan pola lainnya.

2.	 
	Look 3 • <i>Combine</i>: Menggabungkan bentuk kemeja dengan <i>blouse</i>, serta memadukan celana panjang dan celana pendek pada satu busana. • <i>Adapt</i>: Mengadaptasi konsep <i>convertible clothes</i> seperti pada bagian <i>blouse</i> antara bagian atas dan bawah yang dapat dilepas pasang, setelan celana panjang dapat dilepas menjadi celana pendek. Selain juga menambahkan komponen berupa teknik <i>stitching</i> sebagai elemen dekoratif. • <i>Modify</i>: Mengganti komponen pada bagian atas celana panjang untuk lebih terbuka sehingga pendek celana pendek pada bagian dalam dapat terlihat. • <i>Put to another use</i>: Menambahkan komponen kancing pada bagian <i>blouse</i> dan celana sebagai alat untuk melepas pasang antar satu pola

	dengan pola lainnya serta, menambahkan tali pada bagian tangan dan pinggang <i>blouse</i> .
3.	Look 5 • <i>Combine</i>: Menggabungkan pola <i>blouse</i> dan kemeja pada satu busana dan rok dengan celana yang disatukan dalam bentuk celana panjang. • <i>Adapt</i>: Mengadaptasi konsep <i>convertible clothes</i> dengan <i>blouse</i> yang dapat dilepas pasang pada bagian atas dan bawah yang dapat dijadikan sebagai <i>inner</i> busana. Selain itu, terdapat rok mini yang disatukan dengan celana panjang, mengaplikasikan teknik <i>stitching</i> sebagai dekorasi pada busana serta menambahkan komponen <i>apron</i> pada bagian celana. • <i>Put to another use</i>: Menambahkan kancing sebagai penyambung antara pola atas dan pola bawah pada bagian <i>blouse</i>. Selain itu

	pada bagian bawah <i>blouse</i> menambahkan detail tali untuk penyangga saat <i>inner</i> digunakan yang dapat di-<i>adjust</i>. Selanjutnya, pada bagian celana menggunakan komponen tali dan sleting sebagai penyambung antara rok dan celana.
--	---

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Visualisasi Produk

Un.Blanc__. Look 1





Gambar I. 2 Un.Blanc__. Detail *Look 1*
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023



Gambar I. 3 Un.Blanc__. *Convertible and Detail Look 1*
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

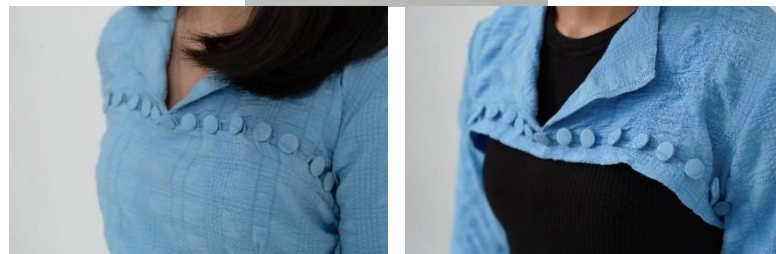
Un.Blanc__. *Look 2*



Gambar I. 4 Un.Blanc___. *Look 2*
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023



Gambar I. 5 Un.Blanc___. *Detail Look 2*
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023



Gambar I. 6 Un.Blanc___. *Convertible and Detail Look 1*
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Un.Blanc___. *Look 3*



Gambar I. 7 Un.Blanc___. *Look 3*
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023



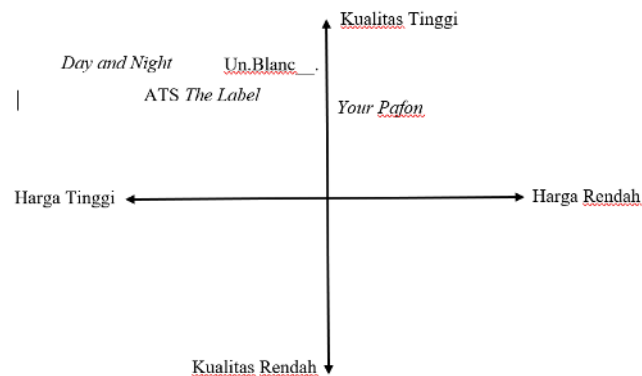
Gambar I. 8 Un.Blanc___. *Detail Look 3*
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023



Gambar I. 9 Un.Blanc__. *Convertible Style and Detail Look 3*
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Perencanaan Bisnis

Perencanaan pembuatan usaha bisnis yang dihasilkan melalui penelitian ini, disusun menggunakan teori BMC (*Business Model Canvas*) yang bertujuan agar Un.Blanc__. dapat sustainable dan sesuai dengan tujuan dan *value* yang dihasilkan sehingga dapat berjalan dengan baik hingga kedepannya. Namun sebelum pada tahapan BMC, dibutuhkan penggambaran proyeksi *positioning* Un.Blanc__. terhadap *brand* pembeding.



Gambar I. 10 Brand Positioning
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Berdasarkan kurva diatas dapat disimpulkan bahwa Un.Blanc___ memiliki posisi harga jual yang lebih terjangkau dari dua brand pembanding lainnya dan kualitas produk yang lebih baik dengan memberikan kesan autentik yaitu menerapkan prinsip *convertible* yang nyaman dan memudahkan *target market* dalam beraktivitas dengan pemilihan bahan yang tidak mudah kusut dan berkualitas serta menerapkan teknik *stitching*. Oleh karena itu, terdapat peluang usaha yang dapat dikembangkan untuk membuat bisnis usaha busana kerja yang menerapkan prinsip *convertible clothes*.

Business Model Canvas

Table IV. 1 Business Model Canvas Un.Blanc

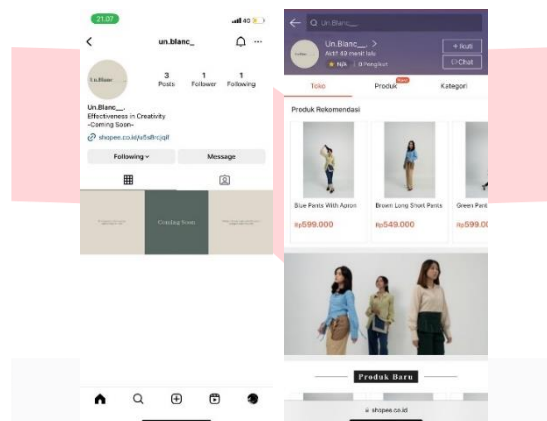
Key Partners - Vendor kain. - Vendor jahit. - Vendor penyedia perlengkapan jahit. - Vendor packaging. - Vendor photoshoot. - Vendor jasa cetak merchandise. - Ekspedisi.	Key Activities - Merancang busana. - Produksi busana (menjahit dan penambahan embellishment). - Quality control, dan pengemasan. - Pemasaran dan pendistribusian.	Value Propositions - Menggunakan material yang nyaman dan berkualitas. - Produk berupa convertible clothes. - Terdapat elemen dekoratif berupa stitching.	Customer Relationships Sosial Media: Instagram (DM dan active comment), tiktok, chat personal diplatform e-commerce, email, dan website.	Customer Segments Demografi - Wanita berusia 21-28 tahun. - Pendapatan: > Rp. 5.000.000,- per bulan. - Pekerjaan: event organizer, public relations, sales and marketing, dan business woman. Geografis: Domisili di daerah Jakarta, Depok, Bogor, Tangerang dan Bekasi. Psikografis: - Aktif bersosialisasi dan mempunyai banyak kegiatan diluar pekerjaan. - Sering bertemu orang baru, mempunyai banyak teman dan relasi - Selalu berpenampilan rapih.
Cost Structure Biaya tetap: - Gaji karyawan. - Asuransi	Key Resources - SDM (Desainer, marketing, sosial media, photographer, dan finance). - Alat dan material untuk produksi. - Kendaraan.	Revenue Streams Penjualan Produk pada kisaran harga Rp. 549.000,- sampai Rp. 599.000,-		

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Harga jual produk yang ditawarkan berkisar pada harga Rp. 549.000,- sampai Rp. 599.000,-/ item dengan produk yang ditawarkan berupa atasan kemeja, blouse, dan celana panjang.

Rencana Pasar

Online



Gambar I. 11 Rencana Pasar Online Un.Blanc__.
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Offline

Setelah adanya keseimbangan profit yang didapatkan, maka perlahan Un.Blanc__. Akan membuka *pop up store* suatu *event* di Jakarta untuk menjangkau *engagement* dari para konsumen dan untuk mencari tes pasar secara *real*. Selanjutnya jika profit yang didapatkan semakin besar setiap tahunnya dan respon para konsumen baik dengan permintaan produk yang semakin tinggi dan cepat maka Un.Blanc__. Akan mempertimbangkan untuk membuka toko resmi di daerah Jakarta dan bisa juga bekerjasama dengan Love and Flair atau Local Strunk.

KESIMPULAN

Wanita karier di Jakarta memiliki kegiatan setelah bekerja seperti bepergian bersama teman dan kolega atau menghadiri berbagai *event*. Akan hal itu, wanita karier memiliki kebutuhan untuk mempunyai busana yang dapat dipakai diberbagai acara formal maupun nonformal sesuai kebutuhan yang diperlukan untuk menghindari dalam membawa pakaian yang berlebih atau sekedar pulang kerumah untuk berganti pakaian. Busana kerja yang diinginkan dari wanita karier yaitu memiliki bahan yang nyaman dan tidak mudah kusut sehingga memudahkan mereka dalam melakukan mobilisasi, detail busana yang fungsional, tidak menyukai bentuk busana dan dekorasi yang berlebihan, serta cenderung memilih warna busana dengan pemilihan warna *neutral* seperti *nude tone* dan *earth tone*. Pemilihan material katun dan *polyester* mampu memberikan kenyamanan dan membuat busana tidak mudah kusut sehingga wanita karier dapat selalu tampil prima dan rapih. Selanjutnya, setelah melakukan eksplorasi terhadap desain busana berkonsep *convertible*, didapatkan hasil berupa busana yang memiliki berbagai macam jenis busana yang berbeda, yang dapat dipakai saat kegiatan formal untuk bekerja dan nonformal untuk berpergian. Dekorasi yang digunakan dalam busana kerja ini yaitu *stitching* dengan bentuk *zigzag* sehingga menghasilkan suatu aksan yang memiliki keunikan namun tidak berlebihan.

Perancangan model bisnis diawali dengan kebutuhan wanita karier yang aktif bersosialisasi atau memiliki banyak kegiatan seusaai bekerja, untuk merancang busana kerja yang dapat digunakan dalam kegiatan yang bersifat formal dan *nonformal*. Diawali dengan pemilihan material yang dapat menunjang wanita karier yang memiliki berbagai macam kegiatan setiap harinya. Selanjutnya, menganalisa *target market* untuk mengetahui kegiatan dan kebutuhan akan busana kerja sehingga dapat menciptakan suatu produk yang bisa menunjang keseharian wanita karier dalam bekerja dan berpergian, serta menganalisa *brand* pembeding untuk dapat menciptakan suatu produk yang memiliki diferensiasi

akan produk busana kerja lainnya agar dapat menciptakan suatu peluang baru. Berikutnya, menyebarkan kuisisioner kepada *target market* potensial untuk mendapatkan informasi mengenai kebutuhan dan keinginan *target market* akan busana kerja. Semua hal tersebut dilakukan, agar produk dan proses pemasaran yang dilakukan sesuai dengan *target market* potensial. Terakhir, data yang sudah dihimpun kemudian diolah kembali dalam bentuk *Business Model Canvas* agar perancangan lebih terstruktur dan tepat sasaran.

Saran untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya pada proses pembuatan busana diperlukan *sample* produk untuk mengetahui kesesuaian hasil produk dengan desain yang diinginkan, saat melakukan tes pasar sebaiknya dilakukan dengan jumlah responden yang lebih banyak sehingga dapat menghasilkan data yang lebih lengkap untuk diolah dalam pertimbangan pembuatan produk, dan diperlukan pengembangan akan konsep *merchandise kit* dan pemasaran dalam menyampaikan nilai *brand* kepada konsumen secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2023, Maret). *Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta Berumur 15 Tahun Keatas Menurut Jenis Kegiatan Selama Seminggu yang Lalu dan Jenis Kelamin 2020-2022*. Retrieved from jakarta.bps.go.id: <https://jakarta.bps.go.id/indicator/6/123/1/jumlah-penduduk-provinsi-dki-jakarta-berumur-15-tahun-keatas-menurut-jenis-kegiatan-selama-seminggu-yang-lalu-dan-jenis-kelamin.html>
- Broega, J. C. (2009). Designing Multifunctional Textile Fashion Products. *World Textile Conference*.
- Bunka Fashion College. (2009). *Fundamentals of Garment Design*. Sunao Onuma.
- DF, F. N. (2020). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

- Djamaluddin, A. (2018). WANITA KARIER DAN PEMBINAAN GENERASI MUDA. *Jurnal Al-Maiyyah*.
- Ermawati, S. (2016). PERAN GANDA WANITA KARIER (Konflik Peran Ganda Wanita Karier ditinjau dalam Prespektif Islam). *Jurnal Edutama*.
- Fajar, A. (2015, Januari). *Fenomena Wanita Karir di DKI Jakarta*. Retrieved from [ahmadfajarn.wordpress.com:
https://ahmadfajarn.wordpress.com/2015/01/29/fenomena-karir-di-dki-jakarta/](https://ahmadfajarn.wordpress.com/2015/01/29/fenomena-karir-di-dki-jakarta/)
- Handayani, M. A. (2016). Perancangan Koleksi Convertible Fashion Menggunakan Teknik Manipulasi Komponen Untuk Brand Michelle Alvina . *VICIDI*.
- Herlina, A. (2018). Perancangan Busana Semi Formal Wanita dengan Konsep Desain Convertible. *e-Proceeding of Art & Design*.
- Jia. (2014, Februari). *Benefits of Rversible and Multi-Functional Clothing*. Retrieved from Jia Collection: <https://jiacollection.com/blogs/news/16591%09933-10-benefits-%20%09of-reversible-and-multi-%09functional-clothing>
- Kemenparekraf. (2023, Februari). *Tren Fesyen 2023 di Indonesia, Wastra Menjadi Unggulan*. Retrieved from [www.kemenparekraf.go.id:
https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/tren-fesyen-2023-di-indonesia-wastra-menjadi-unggulan](https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/tren-fesyen-2023-di-indonesia-wastra-menjadi-unggulan)
- Li, Y. C.-M. (2018). Modular design in fahion industry. *Journal of Arts & Humanities*.
- Ma, S. K. (2019). Environmentally Responsible Apparel Consumption and Convertible Dresses. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*.
- Mariana, Y. (2017). PEMBUATAN HIASAN TAS DENGAN TEKNIK BORDIR APLIKASI SERUNI TIGA DIMENSI DARI KAIN CHIFFON, ORGANDI DAN SATIN. *Jurnal Penelitian Busana dan Desain*.
- Muamar, A. (2019). WANITA KARIR DALAM PRESPEKTIF PSIKOLOGIS DAN SOSIOLOGIS. *Jurnal Equalita*.
- Novianto, A. F. (2015, Januari). *Fenomena Wanita Karir di DKI Jakarta*.

- Nursari, A. H. (2018). e-Proceeding of Art & Design. *PERANCANGAN BUSANA SEMI FORMAL WANITA DENGAN KONSEP DESAIN CONVERTIBLE*, 2836.
- Nursari, R. M. (2019). Perancangan Busana Ready To Wear Convertible dengan Metode Zero Waste Fashion Design Mengaplikasikan Tenun Sengkang. *e-Proceeding of Art & Design*, 2245.
- Nursari, R. M. (2019). Perancangan Busana Ready To Wear Convertible dengan Metode Zero Waste Fashion Design Mengaplikasikan Tenun Sengkang. *e-Proceeding of Art & Design*.
- Pigneur, A. O. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Putri, E. N. (2022). PERAN WANITA KARIER DALAM MELAKSANAKAN KELUARGA HARMONIS DI NAGARI GANGGO HILIA KECAMATAN BONJOL KABUPATEN PASAMAN. *Jurnal Cendekiawan Ilmiah*.
- QKerja. (2017, April). *Masalah yang Dihadapi Wanita Karir Hingga Kini*. Retrieved from Economy Oke Zone: <https://economy.okezone.com/read/2017/04/24/320/1675114/6-masalah-yang-dihadapi-wanita-karier-hingga-kini>
- Quinn, B. (2002). *Techno Fashion*. Berg Publishers.
- Team, M. T. (n.d.). SCAMPER.
- White, R. (n.d.). *Wanita Karir adalah Wanita yang Luar Biasa*. Retrieved from [www.raywhite.co.id: https://www.raywhite.co.id/news/152944wanita-karir-adalah-wanita-yang-luar-biasa](https://www.raywhite.co.id/news/152944wanita-karir-adalah-wanita-yang-luar-biasa)
- Yuliarma. (2016). *Jurnal Penelitian Busana dan Desain*. Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia.