

# PENERAPAN KONSEP ZERO-WASTE PADA BUSANA *READY-TO-WEAR* DAN MODEL BISNISNYA. STUDI KASUS: *MINIMALIST TRAVELER*

Fathia Husna Djamal<sup>1</sup>

Faradillah Nursari, B. Des, M. Des<sup>2</sup>

Rima Febriani, S.I. Kom, MBA<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Kriya Tekstil & Mode,  
Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Bandung

## ABSTRACT

*Public interest in traveling activities has experienced a spurt growth on the back of an intense influence from information regarding traveling, spreading throughout internet and social media. The tendency of people to travel with compact and lightweight luggage is also getting higher, in which the term minimalist traveling is ubiquitously used. For women in particular, the minimalist way of packing clothes can be an issue due to various factors that need to be considered. Therefore in this study, the author wants to offer a solution in the form of ready-to-wear fashion product with a convertible wear concept. Convertible wear is a garment that can produce a variety of looks with just one item. The creation process can be achieved by using a simple pattern with minimum stitches using zero-waste method, which can be maximized material uses and minimized fabric waste. The mentioned method is also chosen to add an innovative value for the final product and bring environment awareness to Indonesian fashion industries for its capability on producing a zero waste. In this study, the author designs a collection of convertible wear that can be mixed-matched with other fashion items and able to produce a variety of looks.*

**Keywords:** *Convertible, Draping, Patternmaking, Zero-waste*

## PENDAHULUAN

Wisata yang sering dikenal dengan istilah *traveling* kini telah menjadi sebuah bagian dari gaya hidup, berdasarkan data dari Pusdatin Kemenparekraf dan BPS (2013) memperlihatkan sebanyak 250 juta perjalanan dilakukan oleh wisatawan Nusantara, dengan total pengeluaran

177,84 triliun rupiah. Hal ini sebagian besar juga dipengaruhi oleh publikasi soal *traveling* di berbagai sosial media seperti *traveling blogger* yang kini semakin menjamur di kalangan masyarakat urban. Kemudahan dan kepraktisan merupakan hal yang diinginkan bagi sebagian besar *traveler* dalam

berkegiatan *traveling*, karena dua hal tersebut merupakan faktor penunjang yang membantu dalam menjalani kegiatan *traveling* secara efisien dan menyenangkan.

Berbagai macam informasi seputar tips dan trik dalam mengatur dan meminimalisir barang bawaan secara ringkas dan ringan semakin banyak dibagikan oleh para *traveler* dalam berbagai media yang diantaranya dalam bentuk blog, buku, *website*, maupun media sosial. Berat tidaknya suatu bobot barang bawaan seringkali mempengaruhi kenyamanan dalam ber-*traveling*, maka istilah *minimalist traveling* mejadi lumrah digunakan di kalangan *travel blogger* dalam membagikan pengalaman mereka.

Trinity, salah seorang *travel blogger* wanita Indonesia dan penulis buku serial *The Naked Traveler* mengutarakan dalam *blognya* <http://naked-traveler.com/2006/01/02/jangan-sirik-dengan-ransel-saya/> (diakses tanggal 24 Juli 2018) tentang manfaat yang dia rasakan dengan *packing* secara lebih minimalis selama berkegiatan *traveling*. Dia memanfaatkan satu tas ransel yang memuat jumlah pakaian seminim mungkin untuk ia kenakan selama dua minggu bepergian. Akan tetapi pada penerapannya masih terdapat beberapa kesulitan yang kerap kali dialami oleh kebanyakan *traveler* wanita dalam mengemas jumlah pakaian yang dibutuhkan, tanpa melupakan segi kepraktisan serta efisiensi pada saat bepergian.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk

menawarkan produk fesyen yang dapat menunjang kegiatan *minimalist traveling* dengan menerapkan konsep *zero waste* dalam proses perancangannya.

Metode *zero waste* dipilih karena minimnya penerapan serta pengembangan konsep tersebut di dalam industri fesyen Indonesia, serta potensi yang dimiliki oleh teknik *zero waste pattern* dalam menciptakan produk busana yang bisa menghasilkan berbagai macam penggunaan hanya dengan satu busana, atau yang disebut dengan busana *convertible*. Oleh karena itu pemilihan penerapan metode *zero-waste* pada perancangan produk ini diharapkan bisa menjadi salah satu nilai tambah serta daya jual sebagai salah satu bentuk inovasi dalam industri produk fesyen tanah air.

## METODE PENELITIAN

Metoda penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metoda kualitatif dan kuantitatif, dengan metoda

pengumpulan data sebagai berikut :

1. Studi literatur
2. Eksperimen
3. Survey

### *Minimalist Traveler*

Gaya hidup *minimalist* sebagian besar dipengaruhi oleh penerapan filosofi Zen dalam kebudayaan tradisional masyarakat Jepang. Konsep kesederhanaan Zen mentransmisikan gagasan kebebasan dan esensi dalam menjalani kehidupan, pemahaman ini

semakin banyak diterapkan ke dalam kehidupan sehari-hari oleh sebagian besar masyarakat, contohnya Joshua Fields Millburn & Ryan Nicodemus, dua pria asal Amerika Serikat yang giat memperkenalkan gaya hidup minimalis kepada publik dalam bentuk film dokumentasi, buku, serta website sejak tahun 2010. Definisi *minimalism* menurut Millburn dan Nicodemus dalam situs resminya adalah:

*“Minimalism is a tool to rid yourself of life’s excess in favor of focusing on what’s important—so you can find happiness, fulfillment, and freedom.”* (Millburn & Nicodemus, 2010, *What Is Minimalism?*, <https://www.theminimalists.com/minimalism/>, diakses tanggal 24 Juni 2018).

Berbekal pemahaman tersebut, Millburn dan Nicodemus mempraktekkannya ke dalam kegiatan bepergian mereka, dengan mempertimbangkan faktor-faktor esensial akan barang-barang yang mereka bawa, mereka hanya membutuhkan satu tas *carry-on* atau jinjing selama mereka bepergian dalam jangka waktu yang lama.

Perrotta (2015) dalam bukunya yang berjudul *Packing Light: The Normal Person’s Guide to Carry-On Only Travel* memberikan saran dalam bukunya untuk memaksimalkan penggunaan tas *carry-on* agar menghindari terjadinya kelebihan muatan, ia menjabarkan lebih lanjut mengenai manfaat penggunaan satu tas *carry-on* saat *traveling* dengan pesawat dari segi waktu, biaya, serta kenyamanannya. Maskapai yang memberikan pengukuran berdasarkan dimensi biasanya mengizinkan tas hingga 55 x 40 x 23 cm. Beberapa

maskapai mengizinkan tas yang lebih besar dalam satu atau lebih dimensi, tapi konfigurasi ini akan memenuhi pedoman untuk sebagian besar maskapai penerbangan (Perrotta, 2015:10).



Gambar 1 Instrumen Minimalist Traveler (Sumber : Perrotta, 2015:32)

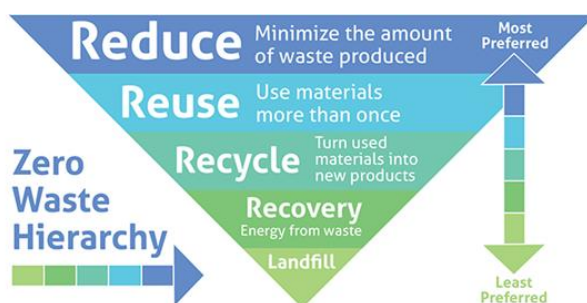
### **Zero-Waste**

Menurut pemaparan dari situs *Zero Waste International Alliance* (ZWIA) mengenai definisi *zero waste* adalah sebuah metode perancangan dan pengelolaan produk dan proses secara sistematis, yang bertujuan untuk menghindari dan menghilangkan volume dan toksisitas limbah dan bahan, melestarikan dan memulihkan semua sumber daya, dan tidak membakar atau menguburnya (Liss, Gary, 2009, *ZW Definition*, <http://zwia.org/standards/zw-definition/>, diakses tanggal 25 Maret 2018).

Berdasarkan pemahaman definisi dari *zero waste* dari sudut pandang yang umum tersebut, penerapan konsep *zero waste* kini semakin merambah ke berbagai ranah industri

tak terkecuali dalam industri fesyen. Konsep *zero waste* merupakan sebuah solusi dalam mengatasi permasalahan secara menyeluruh yang terjadi dalam limbah yang dihasilkan dari produksi pakaian, seperti yang dikemukakan oleh Timo Rissanen dan Holly Mcquilan (2016) dalam bukunya yang berjudul "*Zero Waste Fashion Design*" mengenai dua jenis kategori limbah tekstil, yakni limbah yang dihasilkan oleh industri dan limbah yang dihasilkan oleh konsumen.

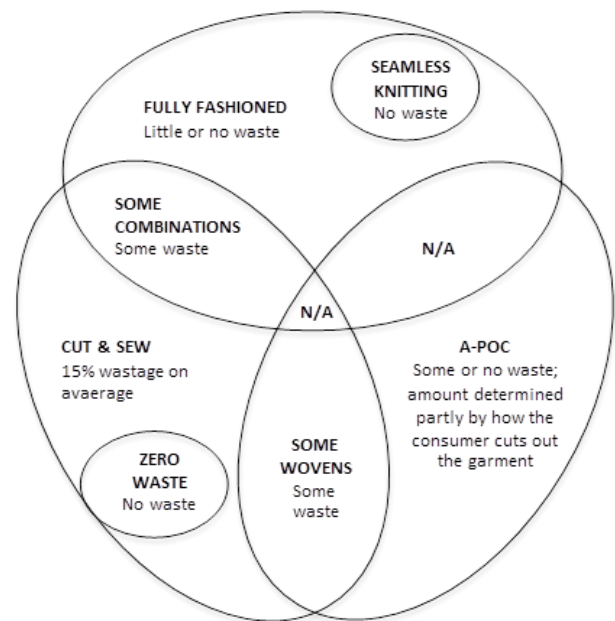
Penerapan konsep *zero waste* dikenal dengan metode *Zero Waste Hierarchy* yang menunjukkan tahapan dalam meminimalisir limbah yang dihasilkan dari awal hingga akhir proses suatu produksi. Metode *Zero Waste Hierarchy* menunjukkan bahwa tindakan pencegahan (*refuse, reduce*) merupakan cara terbaik dalam meminimalisir timbulnya sampah yang dihasilkan dibandingkan dengan tindakan *recovery* sampah yang telah dihasilkan. Dalam penerapan metode *zero waste* secara lebih lanjut di kehidupan sehari-hari dikenal dengan prinsip 3R (*reduce, reuse, recycle*).



Gambar 2 *Zero-waste Hierarchy* (Sumber : [recycleannarbor.org](http://recycleannarbor.org))

Rissanen (2013) menjelaskan bahwa dua metode yang paling umum digunakan

dalam industri fesyen adalah *Cut & Sew* yaitu pembuatan busana melalui proses pemotongan dan penjahitan kain, lalu *Fully-fashioned* yaitu pembuatan busana yang umumnya melalui proses rekarakit benang dengan metode tenun dan rajut.



Gambar 3 *Diagram Metode Pembuatan Produk Fesyen dan Limbah yang dihasilkan* (Sumber : Rissanen 2013:29)

Metode *Fully-fashioned* seringkali tidak menghasilkan limbah sama sekali, dibandingkan dengan metode *Cut & Sew* yang rata-rata menghasilkan limbah sebanyak 15% dari total keseluruhan kain. Berdasarkan diagram tersebut maka konsep *zero waste* dijadikan solusi sebagai penggunaan metode *Cut & Sew* yang bisa meminimalisir limbah yang dihasilkan. *Cut & sew* merupakan metode yang dipilih untuk dieksplorasi lebih lanjut dalam penelitian ini.

## Model Bisnis

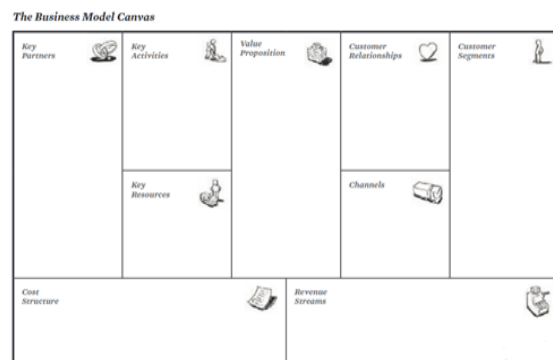
Dalam tahap perencanaan *output* penelitian ini untuk menjadi sebuah peluang bisnis fesyen yang baru, dibutuhkan model bisnis yang bisa dijadikan acuan dalam pengelolaan produk dari hasil penelitian ini untuk menjadi sebuah usaha yang berkelanjutan. Model bisnis merupakan sebuah media untuk mengkomunikasikan visi dan misi suatu konsep organisasi atau perusahaan agar dapat dipahami oleh semua orang.

Menurut pemaparan Osterwalder dan Pigneur (2010) dalam buku *Business Model Generation* menyatakan bahwa model bisnis berfungsi untuk menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, serta menangkap suatu nilai bagi pelanggan. Konsep ini dapat menjadi bahasa bersama yang dapat dideskripsikan dan dimanipulasikan dengan mudah untuk menciptakan strategi alternatif bisnis yang baru.

Model bisnis adalah seperti cetak biru untuk strategi yang akan diterapkan melalui struktur organisasi, proses, dan sistem. Dalam bukunya Osterwalder dan Pigneur lebih lanjut menjabarkan mengenai elemen bisnis model yang terdiri atas sembilan dasar blok yang mencakup empat bidang utama bisnis: pelanggan, layanan, infrastruktur, dan kelayakan finansial.

Metode ini dipilih sebagai perencanaan model bisnis dalam penelitian ini karena sifat penerapannya yang

universal dan fleksibel, serta memiliki keseluruhan elemen yang mencakup berbagai macam aspek penting dalam perencanaan bisnis, sehingga diharapkan metode ini dapat menjadi acuan dalam mempersiapkan fondasi untuk menjalankan sebuah bisnis fesyen



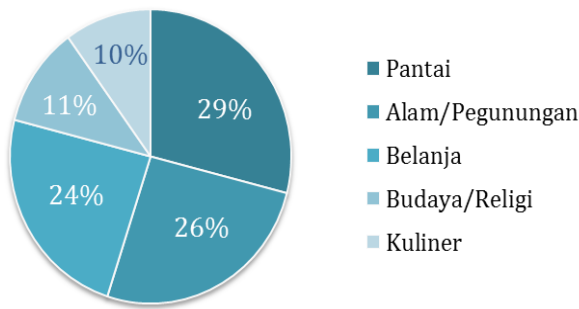
Gambar 4 *Business Model Canvas* (Sumber : Osterwalder, Pigneur 2010 : 44)

## HASIL DAN ANALISIS

### Data Lapangan

Untuk mengetahui kecenderungan masyarakat dalam berkegiatan traveling dan memperoleh data yang dapat mendukung penelitian ini, penulis membagikan survey berupa kuesioner dengan mengambil sampel dari beberapa group chat komunitas traveler Indonesia di media sosial dengan jumlah responden sebanyak 74 wanita kisaran usia 17-40 tahun. Data yang diperoleh diantaranya meliputi tujuan traveling yang sering dikunjungi, jenis busana yang paling sering dikenakan, serta durasi traveling.

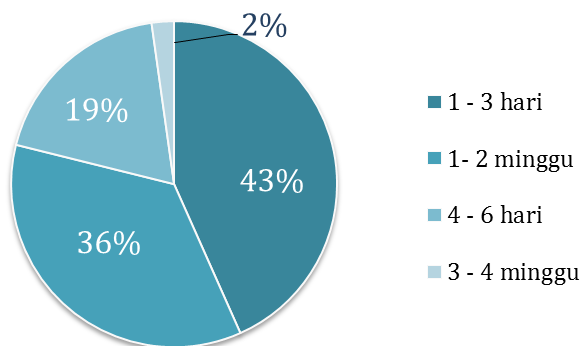
**Jenis Destinasi Favorit**



Gambar 5 Grafik Destinasi Favorit  
 Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Berdasarkan data dari grafik tersebut menunjukkan bahwa destinasi pariwisata pantai menjadi tujuan yang paling digemari oleh masyarakat wanita Indonesia, diikuti dengan destinasi alam/pegunungan yang berbeda tipis dengan destinasi belanja. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa ketertarikan masyarakat wanita Indonesia dalam tujuan *traveling* cenderung kepada tujuan wisata yang diantaranya wisata bahari, alam maupun belanja.

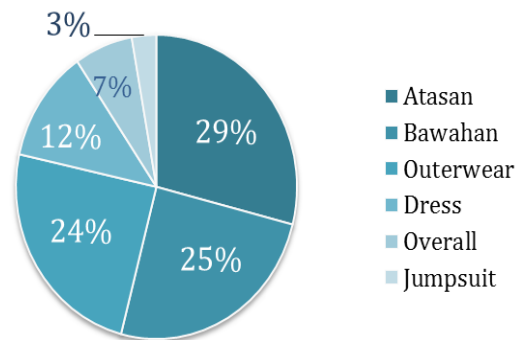
**Durasi Waktu *Traveling***



Gambar 6 Grafik Durasi Waktu *Traveling*  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

Berdasarkan pemerolehan data mengenai durasi dalam waktu *ber-traveling* tersebut menunjukkan bahwa rata-rata wanita Indonesia bepergian dalam kurun waktu tak lebih dari seminggu yakni di sekitar 1 - 3 hari, diikuti dengan pilihan durasi *traveling* selama 1-2 minggu sebanyak 36% dari seluruh jumlah responden. Untuk pemilihan jenis busana yang paling esensial untuk dikenakan sehari-hari pada saat *traveling* didominasi oleh jenis busana atasan, bawahan, dan *outerwear*.

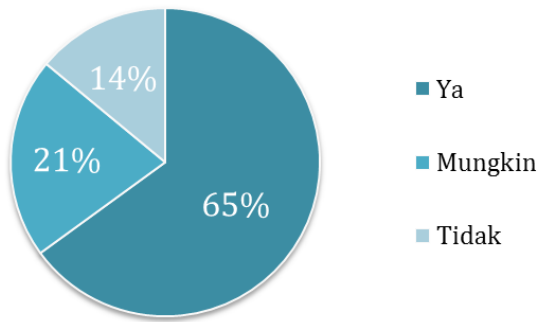
**Jenis Busana *Traveling* yang Paling Esensial**



Gambar 7 Grafik Busana Esensial  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

Berdasarkan data yang diperoleh pada grafik kesulitan mengemas busana di bawah ini menunjukkan bahwa mayoritas *traveler* wanita Indonesia masih mengalami kesulitan dalam mengemas busana yang dibutuhkan saat *traveling*, hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan produk busana yang menawarkan kedayagunaan yang tinggi untuk menunjang kegiatan *travelling* cukup signifikan.

**Kesulitan dalam Mengemas Busana**



Gambar 7 Grafik Kesulitan Mengemas Busana  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

**Eksplorasi Awal**

Berdasarkan pemaparan dari data-data lapangan yang diperoleh tersebut, maka hasil analisa yang akan dikembangkan ke dalam bentuk eksplorasi awal adalah pembuatan pola produk busana *ready-to-wear* untuk wanita dengan metode *zero waste* yang menggunakan teknik *draping* pada manekin 1:2. Pencapaian yang ingin dicapai dalam eksplorasi awal ini diantaranya:

1. Efektifitas penggunaan kain dengan lebar 100 cm – 150 cm.
2. Variasi tampilan yang menghasilkan minimal sebanyak tiga macam.
3. Model tampilan yang bisa mencakup atasan, bawahan, *dress* dan *outerwear*.
4. Potongan kain sisa yang tidak melebihi 15% dari total keseluruhan kain.
5. Penentuan jenis kain yang akan digunakan untuk tahap eksplorasi lanjutan.

Tabel 1 Tabel Hasil Eksplorasi Awal  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

EKSPLORASI I	
HASIL	EVALUASI
Menggunakan material paragon eksplorasi ini menggunakan 2 lapis kain berukuran 100x100 cm. Pola ini menghasilkan sisa potongan kain yang masih bisa digunakan sebagai saku	Panjang ukuran kerung untuk lingkaran pinggang dan lingkaran pesak masih terlalu sempit, namun variasi <i>look</i> sudah cukup beragam



<b>EKSPLORASI II</b>	
<p><b>POLA</b></p>	
<b>HASIL</b>	<b>EVALUASI</b>
<p>Look yang bisa dihasilkan dari eksplorasi ini mencapai 8 macam model untuk 5 <i>dress</i> tanpa lengan, 1 <i>dress</i> lengan panjang, 1 <i>outer</i>, dan 1 <i>cape</i>.sebagaimana saku tempel</p>	<p>Diperlukan aplikasi <i>drawstring</i> untuk bagian belahan kepala untuk mengatasi kain yang melar, penempatan belahan tangan kurang sesuai.</p>



## TAMPILAN



Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil eksplorasi awal tersebut, dapat disimpulkan bahwa dengan penggunaan teknik *draping* untuk memaksimalkan penggunaan material dapat menghasilkan variasi tampilan yang berbagai macam, dengan bentuk pola yang sederhana dan minim jahitan, sehingga metode *zero waste draping* bisa dikembangkan untuk menghasilkan busana dengan konsep pemakaian yang *convertible*.

**Konsep Perancangan**

Berdasarkan hasil data lapangan dan analisa perancangan yang sudah dipaparkan, penulis membuat rancangan koleksi yang mengusung tema “METAFORME” yang bermakna “Perubahan”. Tema ini diangkat untuk menggambarkan esensi dari sebuah perjalanan yang bagi sebagian besar orang memberikan efek perubahan yang positif ke dalam aspek kehidupan mereka, baik itu dari segi pendewasaan diri, introspeksi diri maupun pembebasan diri dari segala penat dalam rutinitas sehari-hari.

Tema “METAFORME” juga diangkat untuk menonjolkan konsep dari produk busana *convertible* itu sendiri yang dapat memberikan tampilan busana yang dapat dirubah-rubah.

## Konsep Moodboard

“METAFORME” terinspirasi dari siluet pakaian tradisional suku nomaden masyarakat kuno di daerah padang pasir dan daerah bebatuan, dan dipadukan dengan inspirasi siluet busana dari rancangan koleksi Issey Miyake yang memberikan kesan substansial namun tetap fungsional. Komposisi warna didominasi oleh pemilihan warna *earth tone* untuk melambangkan kesederhanaan, serta kedayagunaan yang ditonjolkan dalam koleksi ini.



Gambar 8 Moodboard METAFORME  
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

## Konsep Lifestyle Board



Gambar 9 Lifestyle Board  
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

Berdasarkan *lifestyle board* tersebut, dapat dispesifikasikan *customer profilenya* menjadi:

- *Muse*: Andien, Nadine Chandrawinata

Analisis Psikologi:

- Usia: 25-35 tahun (dewasa awal)
- Wanita urban.
- Pekerjaan karyawan kantor, pengusaha, *public relation*, artisan, *influencer*.
- *Middle to high end*.
- Berpenghasilan Rp 5.000.000 – Rp 15.000.000,-
- Menyukai DIY atau membuat barang sendiri.
- Bergaya kasual, modern, dan minimalis.

Analisis Geografis:

- Tinggal di perkotaan (Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, Jogja)
- Tujuan *traveling* seperti ke daerah Nusa Tenggara Timur dan Barat.
- Tempat bereksplorasi berupa tempat-tempat bersejarah dan mempunyai keindahan alam, menyusuri pantai, tujuan belanja dan kuliner.

Analisis Demografis:

- Domisili Indonesia
- Beriklim tropis cenderung panas
- Dua musim kemarau dan hujan

### Analisis Gaya Hidup:

- Bekerja di dalam lingkungan yang banyak berinteraksi dengan orang dengan mobilitas yang cenderung tinggi
- Menjalani gaya hidup *minimalist*.
- Pecinta alam, flora dan fauna
- Menggemari kegiatan *traveling* dengan eksplorasi ke tujuan-tujuan wisata yang memiliki keindahan alam dan nilai sejarah.
- Menyukai produk dalam negeri.
- Aktif dalam berbagai macam jenis komunitas tertentu.

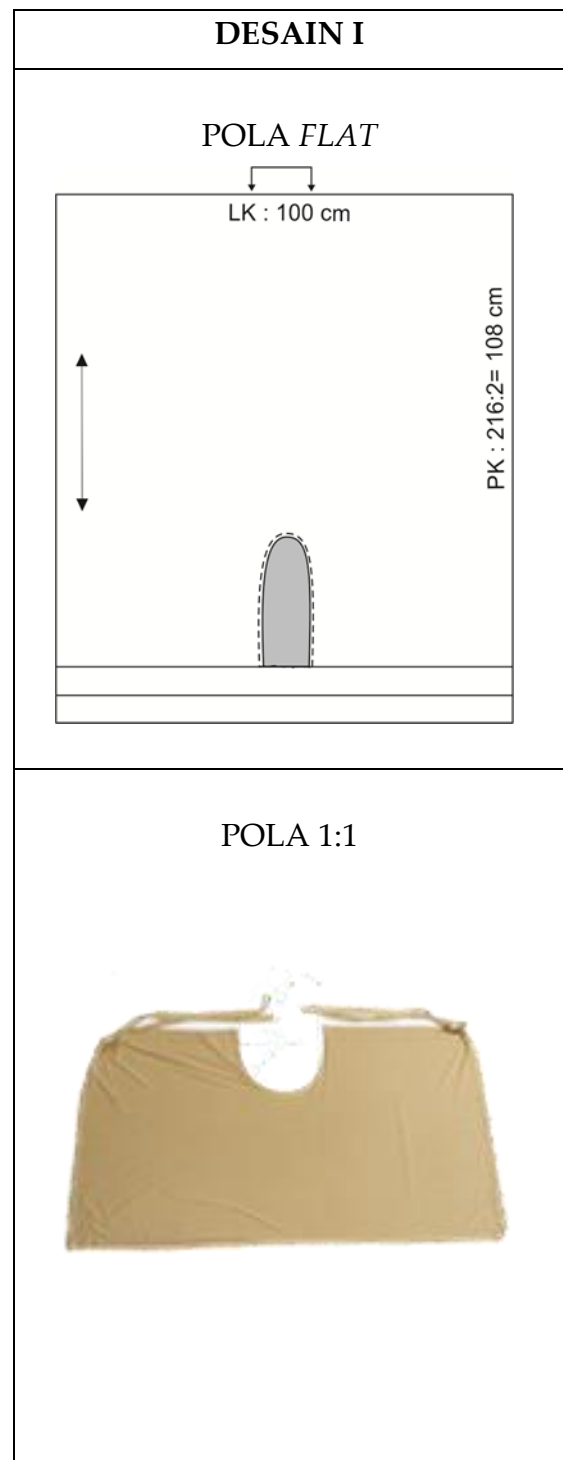
### Kecenderungan Berbelanja:

Selalu mempertimbangkan berbagai macam faktor pada saat akan membeli barang tertentu, baik itu dari segi kebutuhan, kedayagunaan, kualitas, maupun harga.

### Eksplorasi Lanjutan & Hasil

Berikut merupakan hasil pengembangan dari eksplorasi awal ke tahap eksplorasi lanjutan pola 1:1 hingga produk akhirnya. Pengembangan eksplorasi tersebut merupakan hasil pertimbangan dari segi material, efektifitas penggunaan material untuk pola *zero-waste*, aplikasi pendukung serta jenis jahitan *finishing*.

Tabel 2 Tabel Hasil Eksplorasi Akhir & Hasil  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



### KETERANGAN

Keterangan: Dimensi kain yang digunakan pada proses produksi berukuran 180 cm dengan panjang 150 cm menggunakan material Stela Jersey dengan kandungan bahan 50% Rayon, 45% Bambu dan 5% Spandex

### LOOK I



### LOOK II



### LOOK III



## LOOK IV

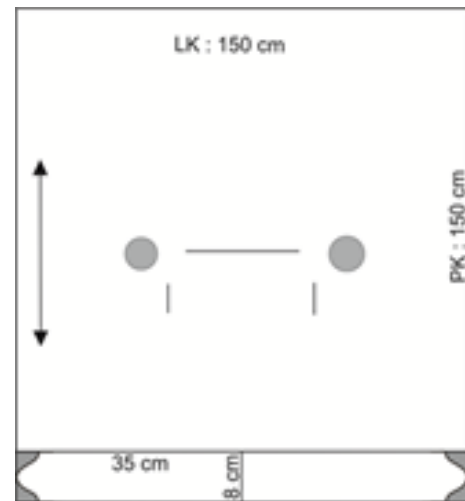


## EVALUASI

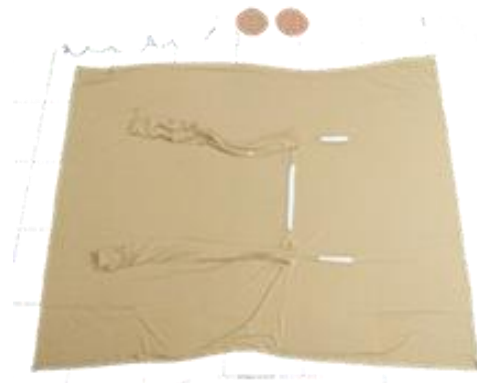
Variasi tampilan yang bisa dihasilkan dari pemakaian desain ini sudah mencakup lebih dari tiga macam variasi *look*. Tampilan yang dihasilkan diantaranya mencakup model *jumpsuit*, bawahan berupa celana, serta variasi *dress*. Metode pemakaiannya menggunakan sistem tali yang berfungsi untuk mengubah berbagai variasi tampilan dengan mengikatnya di posisi tubuh yang diinginkan. Limbah yang dihasilkan dari pembuatan pola ini menghasilkan sebanyak 4% dari total keseluruhan kain.

## DESAIN II

## POLA FLAT



## POLA 1:1



### KETERANGAN

Keterangan: Dimensi kain yang digunakan pada proses produksi berukuran 180 cm dengan panjang 200 cm menggunakan material Stela Jersey dengan kandungan bahan 50% Rayon, 45% Bambu dan 5% Spandex

### LOOK I



### LOOK II



### LOOK III



LOOK IV



EVALUASI

Variasi tampilan yang bisa dihasilkan dari pemakaian desain ini sudah mencakup lebih dari tiga macam variasi *look*. Tampilan yang dihasilkan diantaranya mencakup model *tunik*, *outerwear* berupa lengan panjang dan *sleeveless*, serta variasi *dress*. Variasi pemakaiannya menggunakan aplikasi kancing dan *tab* pada bagian lengan untuk penggunaan tampilan *tunik* dan *outer* lengan panjang. Limbah yang dihasilkan dari pembuatan pola ini menghasilkan sebanyak 2% dari total keseluruhan kain.

Perancangan Model Bisnis

Dalam upaya untuk menjadikan produk yang dihasilkan pada penelitian ini menjadi sebuah peluang bisnis yang dapat dikomersilkan, maka dibutuhkan suatu perencanaan model bisnis yang dapat menggambarkan visi dan misi dalam proses berjalannya sebuah gagasan peluang bisnis menjadi sebuah usaha yang berkelanjutan.

Business Model Canvas -

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supplier bahan baku</li> <li>• Vendor produksi</li> <li>• Vendor packaging</li> <li>• Jasa logistik</li> <li>• Kolaborasi mengenai konten seputar <i>traveling</i> dengan akun instagram biro perjalanan/wisata a dan trip advisor (@jalanesia, @wanderlustprojectid)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perancangan</li> <li>• Produksi</li> <li>• Branding</li> <li>• Pemasaran</li> <li>• Distribusi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penerapan metode pola <i>zero-waste</i> yang ramah lingkungan</li> <li>• Konsep pemakaian busana <i>convertible</i></li> <li>• Mempermudah kegiatan <i>traveling</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaksi media sosial Instagram/website</li> <li>• Komunikasi via e-mail</li> <li>• Komunitas online traveler wanita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis Psikologi:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Usia 25-35 tahun (dewasa awal)</li> <li>• Wanita urban.</li> <li>• Pekerjaan karyawan kantor, pengusaha, <i>public relation</i>, artis, <i>influencer</i>.</li> <li>• <i>Middle to high end</i>.</li> <li>• Berpenghasilan Rp 5.000.000,- - Rp 15.000.000,-</li> <li>• Bergaya kasual, minimalis, modern</li> </ul> </li> <li>• Analisis Demografis                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Domisili Indonesia</li> <li>• Beriklim Tropis cenderung panas</li> </ul> </li> </ul>
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produksi (material, jahit, finishing, packaging)</li> <li>• Pemasaran (<i>photoshoot</i>, endorsement)</li> <li>• Transportasi</li> </ul>		<p>Revenue Streams</p> <p>Pendapatan dari hasil penjualan aset produk</p>		

Gambar 10 Business Model Canvas

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

Berikut merupakan penjabaran tiap elemen dari perencanaan *Business Model Canvas* pada penelitian ini:

1. Customer Segments (CS)

Segmentasi pada target *customer* pada model bisnis ini cenderung *segmented* yang tertuju pada sekelompok wanita urban Indonesia dengan kelas sosial *middle to high end*, disertai dengan kecenderungan perilaku gaya hidup yang spesifik. Detailnya dapat diperhatikan pada konsep *lifestyle board* pada poin III.2.4.

## 2. *Value Propositions (VP)*

Nilai tambah yang akan ditawarkan pada produk ini diantaranya menawarkan sebuah kebaruan dari tahap produksi pembuatan pola desain yang menggunakan metode *zero waste*, kemudian dari segi performanya yang menawarkan cara pemakaian busana yang dapat menghasilkan berbagai macam variasi tampilan, yang diharapkan dapat dijadikan sebagai solusi dalam berkegiatan *traveling*.

## 3. *Channels (CH)*

Berdasarkan penjabaran Osterwalder dan Pigneur (2010) mengenai elemen CH secara lebih lanjut terbagi menjadi lima fase berbeda yang diantaranya:

- *Awareness*  
Penggunaan media sosial digunakan sebagai media untuk meningkatkan *awareness* kepada calon *customer* mengenai produk yang ditawarkan, salah satu caranya adalah dengan menyediakan konten informatif mengenai fenomena gaya hidup *traveling* yang mencakup tips dan trik dalam mengemas pakaian yang efisien, disertai konten mengenai pentingnya penerapan *zero waste* dalam industri fesyen. Salah satu contoh yang dapat diterapkan adalah dengan penggunaan *hashtag* tertentu untuk mempromosikan produk, menggunakan Instagram sebagai *platform* dengan akun @sove.id .
- *Evaluation*  
Untuk membantu calon *customer* mengevaluasi lebih lanjut mengenai nilai pada produk yang ditawarkan, maka diperlukan konten informasi mengenai keunggulan dan cara pemakaian produk melalui *feed* Instagram, yang berupa *lookbook*, video tutorial dan simulasi *wardrobe* yang dapat dikenakan pada jangka waktu dan tujuan tertentu.
- *Purchase*  
Tata cara pembelian produk yang disediakan adalah berbasis *online*, yang dapat dilakukan via *website* dan situs *marketplace*, atau melalui *creative events* di saat tertentu untuk lebih meningkatkan *awareness* dan *evaluation* secara langsung kepada calon *customer*.
- *Delivery*  
Pengiriman produk kepada *customer* dengan menggunakan jasa logistik, yang sebagian besar sudah bekerjasama dengan situs-situs *marketplace*.
- *After sales*  
Pelayanan saat sesudah pembelian oleh *customer* disediakan melalui *e-mail*



yang juga menawarkan langganan *newsletter* seputar informasi koleksi terbaru, *discount*, *event*, dan lain sebagainya.

#### 4. *Customer Relationships (CR)*

Bentuk komunikasi dua arah dengan *customer* tersedia melalui LINE *official account*, dan juga melalui e-mail.

#### 5. *Revenue Streams (RS)*

Pemasukan diperoleh dari penjualan aset produk dengan *range* harga di sekitar Rp 459.000,00 hingga Rp 725.000,00.

#### 6. *Key Resources (KR)*

Aset yang dimiliki berasal dari

- Dana modal, sejumlah dana yang dimiliki pribadi untuk menunjang kebutuhan produksi
- Aset produk, berupa hasil perancangan pola yang terus dikembangkan agar semakin inovatif
- Bahan baku, bahan material yang digunakan untuk pembuatan produk
- Sumber daya manusia, yang diperoleh dari pihak vendor penjahit.

#### 7. *Key Activities (KA)*

Kegiatan utama yang perlu dilakukan dalam pembuatan produk ini diantaranya

- Perancangan, tahapan yang mencakup survey material, eksplorasi pola *zero waste*, penentuan desain busana dan *color scheme*.

- Produksi, yang dimulai dari pembuatan sampel busana, proses pemotongan dan jahit, dan *finishin*, tahapan ini juga melalui tindakan *quality control*
- *Branding*, menentukan konsep koleksi, *photoshoot* untuk *lookbook*
- Pemasaran, publikasi mengenai produk terbaru via media sosial Instagram.
- Distribusi, proses pengepakan produk untuk disalurkan kepada konsumen maupun *online retailer*.

#### 8. *Key Partnership (KP)*

*Partnership* yang dibangun dalam model bisnis ini melibatkan pemasok bahan baku berupa material kain, vendor jahit dan juga *packaging* yang dibutuhkan dalam tahap produksi, dan dibutuhkan kerjasama dengan jasa logistik untuk tahapan distribusi. Selain itu dibutuhkan juga kerjasama antar non-pesaing, dalam bentuk kolaborasi membuat konten *traveling* di akun Instagram bersama akun biro perjalanan/wisata maupun *trip advisor*. Isi konten dapat berupa *endorsement*, maupun berupa interaksi terhadap *customer* seperti *The Carry-On Challenge* yang mengajak calon *customer* untuk mencoba *ber-traveling* hanya dengan menggunakan koper yang diperbolehkan masuk kabin pesawat.

9. Cost Structure (CR)

Tabel III.5 Harga Produksi Produk  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

<b>Harga Produksi</b>	
<p><b>DESAIN I</b></p> <p>LK : 100 cm</p> <p>PK : 216,2= 108 cm</p>	
<b>KETERANGAN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Material Euca Jersey : 2 m x Rp 90.000,00 = Rp 180.000,00</li> <li>•Biaya Jahit: Rp 70.000,00</li> <li>•Biaya Packaging: Rp 15.000,00</li> <li>•Transportasi: Rp 20.000,00</li> </ul>	<hr style="width: 100%;"/> <p>+</p> <p>Rp 285.000,00</p>

<p><b>DESAIN II</b></p> <p>LK : 150 cm</p> <p>PK : 150 cm</p> <p>35 cm 8 cm</p>	
<b>KETERANGAN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Material Euca Jersey : 2 m x Rp 90.000,00 = Rp 180.000,00</li> <li>•Biaya Jahit: Rp 80.000,00</li> <li>•Biaya Packaging: Rp 15.000,00</li> <li>•Transportasi: Rp 20.000,00</li> </ul>	<hr style="width: 100%;"/> <p>+</p> <p>Rp 295.000,00</p>

**SIMPULAN**

- Perancangan produk busana *ready-to-wear* yang dapat menunjang kegiatan *minimalist traveling* bagi wanita Indonesia adalah dengan mempertimbangkan pemilihan karakteristik material yang fleksibel, cocok

untuk iklim tropis dengan pemilihan gaya kasual untuk dapat dikenakan sehari-hari seperti campuran material yang didominasi oleh campuran serat alam seperti katun, Tencel dan bahan Spandex untuk memberikan fleksibilitas. Keterkaitan antara tahapan perancangan desain busana dengan teknik *zero waste* draping sangat dipengaruhi oleh ukuran dimensi kain serta pengaplikasian kancing pada tahap *finishing* untuk dapat menghasilkan variasi *look* yang beragam.

- Untuk menghasilkan variasi tampilan yang berbagai macam dan variatif maka yang perlu diperhatikan adalah pengaplikasian detail kancing dan *retsleting* pada proses *finishing* produk. Selain itu untuk menghasilkan variasi tampilan yang lebih beragam dapat divariasikan dengan pemakaian artikel busana pendukung seperti tank top, legging maupun basic t-shirt yang dapat dipakai bersamaan dengan produk. Layering atau melapisi beberapa artikel busana untuk menciptakan suatu variasi tampilan yang baru juga bisa dilakukan untuk menyesuaikan dengan waktu pemakaian serta situasi dan kondisi. Cara padu-padan ini dapat divisualisasikan ke dalam bentuk simulasi berupa layout ilustrasi outfit yang disesuaikan dengan tujuan dan durasi tertentu untuk style yang kasual

dengan iklim tropis atau musim semi dan panas.

- Penerapan metode *zero waste* yang efektif agar menghasilkan produk yang memiliki *value* adalah dengan menggunakan teknik *zero waste draping* yang dapat memaksimalkan penggunaan kain dengan merancang bentuk desain yang diinginkan secara langsung diatas tubuh manekin, dan menerapkan pembuatan pola sederhana yang memanfaatkan bentuk geometris dan memaksimalkan penggunaan dimensi lebar kain, sehingga dari teknik pembuatan tersebut dapat menghasilkan suatu produk busana dengan konsep pemakaian *convertible* yang dapat dijadikan solusi dalam mengemas pakaian yang efektif dan efisien guna menunjang kegiatan *minimalist traveling*.

## REFERENSI

- Osterwalder, Alexander & Yves Pigneur. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Perrotta, Fred. (2015). *Packing Light: The Normal Person's Guide to Carry-On Only Travel*. Walnut, CA: Tortuga Backpacks, LLC.

Rissanen, Timo. (2013). *Zero Waste Fashion Design: a study at the intersection of cloth, fashion design and pattern cutting*. Disertasi. University of Technology Sydney (UTS). Sydney.

Rissanen, Timo & Holly McQuillan. (2016). *Zero Waste Fashion Design. (first published)*. New York: Bloomsbury.

Millburn, Joshua Fields & Ryan Nicodemus. (2010). *What Is Minimalism?*. Diperoleh 24 Juni 2018, dari <https://www.theminimalists.com/minimalism/>.

Liss, Gary. (2009). *Zero Waste Definition*. Diperoleh 25 Maret 2018, dari <http://zwia.org/standards/zw-definition/>.