

## BAB I PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Wanita urban di Indonesia sebagian besar merupakan konsumen dari produk Internasional yang mengadopsi budaya luar dalam hal berbusana. Khususnya bagi wanita urban yang sering menggunakan *Outerwear* sebagai bagian dari busana sehari-hari. Adapun menurut Kementerian Koperasi dan UKM salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat Indonesia membeli produk luar adalah produk dalam negeri kurang memiliki inovasi dan banyak meniru inovasi dari produk luar negeri.

*Outerwear* memiliki pasar yang terbilang cukup tinggi, berdasarkan data retail WGSN, jaket memiliki pertumbuhan dari 4,8% menjadi 5,6%, dan menurut Asos.com blazer memiliki pertumbuhan sebanyak 10% dalam pasar retail. Dengan melihat fenomena tersebut, terdapat potensi dari segi ketersediaan *Outerwear* yang diperuntukan sebagai penunjang penampilan wanita urban dengan inovasi berupa modifikasi *outerwear* yang modular, sehingga menghasilkan kebaruan desain.

*Outerwear* yang dihasilkan akan diproyeksikan menjadi sebuah rancangan bisnis berbasis *online*, karena berdasarkan data sensus ekonomi tahun 2016, Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa industri *e-commerce* atau *online* di Indonesia mencapai 26,2 juta unit dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir. Data tersebut berbanding lurus dengan kecenderungan wanita urban yang gemar membeli produk *fashion* melalui situs *online*, serta kecenderungan masyarakat yang gemar mendesain sendiri produk yang diinginkan (kustomisasi). *E-commerce* yang dihasilkan akan menggunakan konsep *co-creation*, yaitu strategi yang melibatkan konsumen dalam pembuatan inovasi sehingga terjalin kerja sama dalam merealisasikan produk yang konsumen inginkan. Boswijk (2005), Parahalad dan Ramaswamy (2004), menyebutkan bahwa inti dari sebuah konsep *co-creation* adalah komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, contoh *website* yang menggunakan konsep *co-creation* dalam strategi pemasaran mereka adalah [www.originalstitch.com](http://www.originalstitch.com). Original Stitch merupakan *brand* asal San Fransisco yang memproduksi kemeja pria dengan berbagai macam opsi motif,

kerah, saku, *cuff*, dan *placket*, sedangkan website asal Indonesia yang menggunakan konsep *co-creation* adalah [www.iwearzule.com](http://www.iwearzule.com), I Wear Zule merupakan *brand* asal Bandung yang memproduksi busana pria meliputi celana, kemeja, kaos, dan *outerwear*.

Berdasarkan pemaparan tersebut, diharapkan produk busana yang akan dihasilkan bisa lebih sesuai dengan kebutuhan wanita urban di Indonesia, terutama yang membutuhkan *outerwear* dengan modifikasi *look* sehingga keterpakaian busana akan lebih bervariasi, serta konsumen memiliki rasa kepemilikan yang kuat terhadap produk dikarenakan ikut serta dalam proses mendesain produk tersebut.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun identifikasi masalah dari penelitian ini meliputi :

1. Adanya potensi desain *outerwear* yang dapat diubah menjadi *look* lain yang bersifat modular.
2. *Customer* kurang memiliki banyak tawaran untuk produk *outerwear* yang dapat ditentukan oleh pelanggan (*co-creation*).

## **I.3 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana desain *outerwear* dengan kebaruan desain yang dapat diubah menjadi *look* lain dan bersifat modular ?
2. Bagaimana strategi bisnis untuk memasarkan produk *outerwear* yang diperuntukan untuk pasar *online*?

## **I.4 Batasan Masalah**

Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Material yang digunakan merupakan material *non-wooven* dikarenakan material *non woven* memiliki fleksibilitas sehingga nyaman digunakan.
2. Hasil penelitian berupa produk *outerwear* dengan modifikasi desain.

3. Peluang bisnis yang direncanakan adalah melalui media *online* dengan konsep *co-creation*.

### **I.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut :

1. Memperoleh desain *outerwear* dengan inovasi desain yang dapat diubah menjadi *look* lain dan bersifat modular.
2. Sebagai referensi strategi bisnis dengan konsep *co-creation*.

### **I.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu referensi *fashion brand* yang memproduksi produk *outerwear* yang dapat diubah menjadi *look* lain.
2. Menjadi salah satu *brand* yang fokus pada produk *outerwear* berbasis *online*.
3. Sebagai salah satu contoh penerapan konsep *costumized creation*.

### **I.7 Metode Penelitian**

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk menyelesaikan laporan ini meliputi :

#### **I.7.1 Studi literatur**

Melakukan studi literatur meliputi berbagai buku, jurnal, dan majalah untuk mendapatkan data mengenai *outerwear*, serta mencari literatur mengenai strategi bisnis yang kemungkinan besar bisa diterapkan untuk pemasaran *outerwear* dengan konsep *co-creation*.

#### **I.7.2 Metode Observasi**

Observasi lapangan ke retail, toko, dan juga melalui sosial media untuk mendapatkan data tentang material, *item*, dan variasi *outerwear* yang ada di pasaran, dan observasi mengenai aktivitas wanita urban.

### **I.7.3. Penyebaran kuisioner**

Melakukan penyebaran kuisioner untuk mengetahui data terkait minat dan preferensi masyarakat mengenai penggunaan *outerwear* di Indonesia.

### **I.8 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pembaca dalam hal memahami tulisan ini, maka dibuat sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan yang mengemukakan latar belakang penelitian dengan memilih *outerwear*, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, metode penelitian, dan sistematika penulisan hasil penelitian.

Bab II Studi Literatur meliputi landasan teori yang menunjang penulisan sejarah tentang *outerwear* dan perkembangannya, serta penjelasan mengenai peluang usaha dan potensi yang ada untuk digunakan sebagai eksplorasi penelitian.

Bab III Perancangan dan Implementasi menerangkan tentang analisa, desain *outerwear*, eksplorasi pola *outerwear* eksplorasi penggunaan aplikasi imbu, serta perancangan produk final yang dijelaskan secara terstruktur langkah demi langkah sehingga hasil yang diperoleh tidak menyimpang dari tujuan awal penelitian.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data menerangkan tentang kesimpulan dari perancangan serta saran dan rekomendasi untuk menghasilkan produk yang lebih maksimal.