

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PENGEMBANGAN DESAIN PRODUK *OBİ BELT*
PADA *BRAND* "ELVARA" DENGAN MEMANFAATKAN
PERCA BROKAT**



Disusun Oleh:

Vania Valentina Wijaya

62210231

DUTA WACANA
PROGRAM STUDI DESAIN PRODUK
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA

2025

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PENGEMBANGAN DESAIN PRODUK *OBI BELT*
PADA BRAND “ELVARA” DENGAN MEMANFAATKAN
PERCA BROKAT**



Disusun Oleh:

Vania Valentina Wijaya

62210231

**PROGRAM STUDI DESAIN PRODUK
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2025

PERNYATAAN PENYERAHAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vania Valentina Wijaya
NIM/NIP/NIDN : 62210231
Program Studi : Desain Produk
Judul Karya Ilmiah : Pengembangan Desain Produk Obi Belt
pada Brand Elvara dengan memanfaatkan
perca brokat

dengan ini menyatakan:

- a. bahwa karya yang saya serahkan ini merupakan revisi terakhir yang telah disetujui pembimbing/promotor/reviewer.
- b. bahwa karya saya dengan judul di atas adalah asli dan belum pernah diajukan oleh siapa pun untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Kristen Duta Wacana maupun di universitas/institusi lain.
- c. bahwa karya saya dengan judul di atas sepenuhnya adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bebas dari plagiasi. Karya atau pendapat pihak lain yang digunakan sebagai rujukan dalam naskah ini telah dikutip sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.
- d. bahwa saya bersedia bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku berupa pencabutan gelar akademik jika di kemudian hari didapati bahwa saya melakukan tindakan plagiasi dalam karya saya ini.
- e. bahwa Universitas Kristen Duta Wacana tidak dapat diberi sanksi atau tuntutan hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual atau jika terjadi pelanggaran lain dalam karya saya ini. Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran dalam karya saya ini akan menjadi tanggung jawab saya pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Duta Wacana.
- f. menyerahkan hak bebas royalti noneksklusif kepada Universitas Kristen Duta Wacana, untuk menyimpan, melestarikan, mengalihkan dalam media/format lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan mengunggahnya di Repositori UKDW tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik hak cipta atas karya saya di atas, untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan.

- g. bahwa saya bertanggung jawab menyampaikan secara tertulis kepada Universitas Kristen Duta Wacana jika di kemudian hari terdapat perubahan hak cipta atas karya saya ini.
- h. bahwa meskipun telah dilakukan pelestarian sebaik-baiknya, Universitas Kristen Duta Wacana tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan karya atau metadata selama disimpan di Repositori UKDW.
- i. mengajukan agar karya saya ini: *(pilih salah satu)*

- ☒ Dapat diakses tanpa embargo.
- ☐ Dapat diakses setelah 2 tahun.*
- ☐ Embargo permanen.*

Embargo: penutupan sementara akses karya ilmiah.

*Halaman judul, abstrak, dan daftar pustaka tetap wajib dibuka.

Alasan embargo *(bisa lebih dari satu)*:

- ☐ dalam proses pengajuan paten.
- ☐ akan dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional.**
- ☐ akan diterbitkan dalam jurnal nasional/internasional.**
- ☐ telah dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional ... dan diterbitkan dalam prosiding pada bulan ... tahun ... dengan DOI/URL ... ***
- ☐ telah diterbitkan dalam jurnal ... dengan DOI/URL artikel ... atau vol./no. ... ***
- ☐ berisi topik sensitif, data perusahaan/pribadi atau informasi yang membahayakan keamanan nasional.
- ☐ berisi materi yang mengandung hak cipta atau hak kekayaan intelektual pihak lain.
- ☐ terikat perjanjian kerahasiaan dengan perusahaan/organisasi lain di luar Universitas Kristen Duta Wacana selama periode tertentu.
- ☐ Lainnya (mohon dijelaskan)

**Setelah diterbitkan, mohon informasikan keterangan publikasinya ke repository@staff.ukdw.ac.id.

***Tuliskan informasi kegiatan atau publikasinya dengan lengkap.

Mengetahui,


Centaury H.

Tanda tangan & nama terang pembimbing
NIDN/NIDK 0501018802

Yogyakarta, 26 Juni 2025

Yang menyatakan,


METERAI TEMPEL
07810AMX351140927

Vania Valentina Wijaya

Tanda tangan & nama terang pemilik karya/penulis
NIM 62210231

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir dengan judul :

PENGEMBANGAN DESAIN PRODUK *OBİ BELT* PADA *BRAND ELVARA* DENGAN MEMANFAATKAN PERCA BROKAT

telah diajukan dan dipertahankan oleh :

VANIA VALENTINA WIJAYA

62210231

dalam Ujian Tugas Akhir Program Studi Desain Produk

Fakultas Arsitektur dan Desain

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Desain pada tanggal 10 Juni 2025

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Centaury Harjani, S.Ds., M.Sn.

1.

(Dosen Pembimbing I)

2. Dr. Dra. Konihrawati, S.Sn., M.A.

2.

(Dosen Pembimbing II)

3. Dan Daniel Pandapotan, S.Ds., M.Ds.

3.

(Dosen Penguji I)

4. Christmastuti Nur, S.Ds., M.Ds.

4.

(Dosen Penguji II)

Yogyakarta, 30 Juni 2025

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain

Ketua Program Studi Desain Produk



**Dr. Imelda Irmawati Damanik, S.T.,
M.A(UD).**

**Winta Tridhatu Satwikasanti, S.Ds.,
M.Sc., Ph.D.**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya Tugas Akhir dengan judul :

PENGEMBANGAN DESAIN PRODUK *OBI BELT* PADA *BRAND ELVARA* DENGAN MEMANFAATKAN PERCA BROKAT

yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagai syarat untuk menjadi Sarjana
pada Program Studi Desain Produk, Fakultas Arsitektur dan Desain,
Universitas Kristen Duta Wacana
adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi
dan instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah
dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa hasil Tugas Akhir ini adalah hasil plagiasi
atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni
pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 30 Juni 2025



Vania Valentina Wijaya

62210231

UTA WACANA

PRAKATA

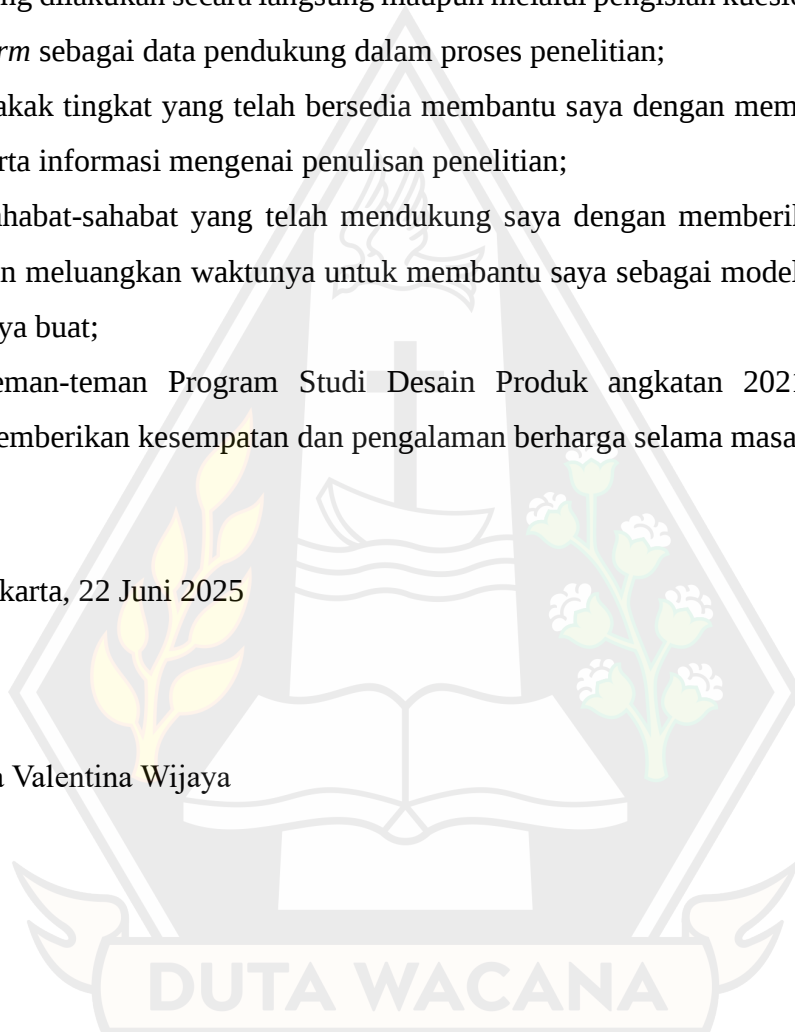
Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas kasih, penyertaan, dan pertolongan-Nya yang begitu besar, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul Pengembangan Desain Produk *Obi Belt* pada *Brand* “Elvara” dengan memanfaatkan perca brokat. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Desain Produk Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Kristen Duta Wacana. Penulisan Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, saya ingin menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Centaury Harjani, S.Ds., M.Sn. selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Dr. Dra. Koniherawati, S.Sn., M.A. selaku dosen pembimbing 2 yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan berharga selama proses penyusunan Tugas Akhir ini;
2. Bapak Dan Daniel Pandapotan, S.Ds., M.Ds. selaku dosen penguji 1 dan Ibu Christmastuti Nur, S.Ds., M.Ds. selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan masukan, arahan, serta evaluasi yang sangat berarti dalam proses penyusunan dan penyempurnaan Tugas Akhir ini;
3. Seluruh dosen Program Studi Desain Produk yang telah memberikan wawasan, informasi, masukan dan pengalaman kepada penulis, baik akademis maupun non akademis;
4. Keluarga tercinta, terutama kedua orang tua saya yang selalu mendoakan, memberi semangat, dan menjadi sumber kekuatan dalam segala proses pendidikan saya;
5. Yulin Modiste selaku *supplier* yang bersedia sebagai pemasok sisa kain hasil produksi yang digunakan dalam keseluruhan penelitian sampai dengan produksi akhir;

6. Indah Jaya, Kurnia Solo, dan Satria selaku yang mendukung kelengkapan proses penelitian ini, sehingga proses penelitian dapat berjalan dengan lancar hingga produksi akhir;
7. Para narasumber dan responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan masukan serta saran dalam pengembangan produk, baik itu yang dilakukan secara langsung maupun melalui pengisian kuesioner di *google form* sebagai data pendukung dalam proses penelitian;
8. Kakak tingkat yang telah bersedia membantu saya dengan memberikan saran serta informasi mengenai penulisan penelitian;
9. Sahabat-sahabat yang telah mendukung saya dengan memberikan semangat dan meluangkan waktunya untuk membantu saya sebagai model produk yang saya buat;
10. Teman-teman Program Studi Desain Produk angkatan 2021 yang telah memberikan kesempatan dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.

Yogyakarta, 22 Juni 2025

Vania Valentina Wijaya



ABSTRAK

Elvara adalah *brand* fesyen yang mengutamakan keberlanjutan dengan menghadirkan aksesoris *Obi belt* dari kain perca brokat. Penelitian ini bertujuan sebagai solusi atas meningkatnya limbah tekstil yang dihasilkan industri fesyen, yang terus bertambah setiap tahunnya. Dengan konsep inovatif, *Obi belt* Elvara dirancang tidak hanya sebagai aksesoris tetapi juga memiliki fungsi tambahan, seperti dapat digunakan sebagai tas kecil untuk membawa barang penting. Penelitian ini diawali dengan mengumpulkan data berupa kajian literatur, observasi, wawancara, kuesioner, riset market, eksperimen, iterasi, pengembangan desain, uji market, pembuatan produk akhir hingga tahap pemasaran.

Elvara melihat bahwa *Obi belt* menjadi aksesoris yang cukup diminati, namun masih jarang menggunakan bahan brokat, karena umumnya hanya digunakan dalam pakaian formal. Selain itu, kain perca brokat yang tersedia dalam ukuran cukup besar memberikan peluang untuk dimanfaatkan kembali. Dalam pengembangannya, Elvara menerapkan berbagai strategi, seperti metode perancangan *SCAMPER*, pemasaran *strategi mix 7P*, serta *Business Model Canvas* dan *Empathy Map*, untuk memastikan produk yang dihasilkan tidak hanya ramah lingkungan, tetapi juga sesuai dengan kebutuhan pasar dan tren fesyen yang berkembang.

Kata Kunci: industri fesyen, brokat, kain perca, dan daur ulang

ABSTRACT

Elvara is a fesyen brand that prioritizes sustainability by presenting Obi belt accessories made from brocade patchwork. This research aims to be a solution to the increasing textile waste produced by the fesyen industry, which continues to increase every year. With an innovative concept, Elvara's Obi belt is designed not only as an accessory but also has additional functions, such as being used as a small bag to carry important items. This research began by collecting data in the form of literature reviews, observations, interviews, questionnaires, market research, experiments, iterations, design development, market testing, final products to the marketing stage.

Elvara saw that Obi belts were quite popular accessories, but still rarely used brocade material, because it is generally only used in formal wear. In addition, brocade patchwork which is available in quite large sizes provides an opportunity to be reused. In its development, Elvara implemented various strategies, such as the SCAMPER design method, 7P mix strategy marketing, as well as Business Model Canvas and Empathy Map, to ensure that the products produced are not only environmentally friendly, but also in accordance with market needs and developing fesyen trends.

Keywords: fesyen industry, brocade, patchwork, and recycling

DUTA WACANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PRAKATA.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR ISTILAH	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan dan Manfaat	3
1.3.1. Tujuan	3
1.3.2. Manfaat	3
1.4. Ruang Lingkup.....	4
1.5. Metode Desain	4
1.5.1. Metode Penelitian	4
1.5.2. Metode Perancangan.....	5
BAB II KAJIAN LITERATUR	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.1.1. Penelitian Pertama	7
2.1.2. Penelitian Kedua	8
2.1.1. Penelitian Ketiga.....	8
2.2. Limbah Kain	9
2.3. Kain Brokat.....	10
2.3.1. Sejarah Brokat.....	10

2.3.2. Karakteristik Kain Brokat	11
2.3.3. Jenis Kain Brokat	12
2.4. Teknik Pengolahan	17
2.5. Obi Belt	18
2.5.1. Jenis <i>Obi</i> Jepang	18
2.5.2. Jenis <i>Obi</i> Indonesia	21
2.6. Karakteristik Wanita berdasarkan Busana	23
2.7. Ukuran <i>Standart</i>	25
2.8. Marketing Mix 7P	26
2.9. Business Model Canvas	28
2.10. Empathy Map	33
BAB III STUDI LAPANGAN	35
3.1. Hasil Pelaksanaan	35
3.1.1. Profil Usaha	35
3.1.2. Logo Brand	36
3.1.3. Struktur Organisasi	39
3.1.4. Pengembangan Produk	40
3.2. Data Lapangan	40
3.2.1. Metode Penelitian	40
3.2.2. Produk Sejenis	43
3.2.3. Business Model Canvas	49
3.2.3. Empathy Map	51
3.3. Hasil Lapangan	52
3.4. Eksperimen Material	53
3.5. Ukuran Standar Elvara	54
3.6. Arahkan Rekomendasi Desain	55
BAB IV PERANCANGAN PRODUK	56
4.1. Problem Statement	56
4.2. Design Brief	56

4.3. Atribut Produk	57
4.4. Image Board.....	58
4.5. SCAMPER.....	61
4.6. Iterasi Sketsa	62
4.7. Freeze Design	68
4.8. Pengembangan Desain	89
4.9. Proses Produksi.....	97
4.10. Spesifikasi Produk	97
4.11. Detail Engineering Design (DED).....	98
4.12. Kelengkapan Produk.....	100
4.13. Analisis Biaya	100
4.14. Laporan Keuangan.....	105
4.15. Upaya Pemasaran.....	108
4.15.1. Sosial Media dan E-Commerce	108
4.15.2. Pameran Imago Creare	110
4.15.3. Teknik Promosi	111
4.16. Hasil Evaluasi	113
BAB V PENUTUPAN	116
5.1. Kesimpulan	116
5.2. Saran	117
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN.....	47

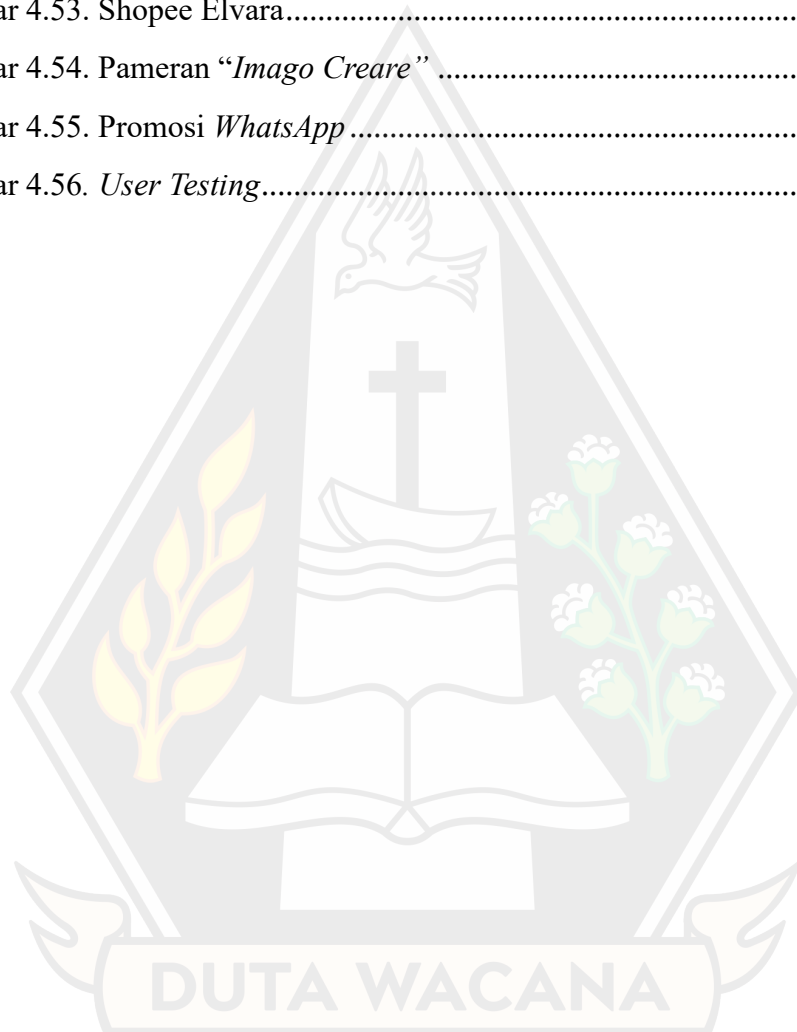
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Brokat Perancis	12
Gambar 2.2. Brokat Semi Perancis	12
Gambar 2.3. Brokat Prada.....	13
Gambar 2.4. Brokat Corneli	13
Gambar 2.5. Brokat Jepang.....	13
Gambar 2.6. Brokat Awan Nanking.....	14
Gambar 2.7. Brokat Varanasi.....	14
Gambar 2.8. Brokat Syria.....	15
Gambar 2.9. Brokat Jackquardtronic	15
Gambar 2.10. Brokat Suppert.....	15
Gambar 2.11. Brokat Tille	16
Gambar 2.12. Brokat Tille 3D	16
Gambar 2.13. Brokat Italy.....	17
Gambar 2.14. Maru Obi	19
Gambar 2.15. Fukuro Obi	19
Gambar 2.16. Nagoya Obi	19
Gambar 2.17. Hanhaba Obi.....	20
Gambar 2.18. Tsuke Obi	20
Gambar 2.19. Obi Jumputan	21
Gambar 2.20. Obi Tenun	21
Gambar 2.22. Obi Skirt	22
Gambar 2.23. Obi Songket.....	22
Gambar 3.1. Logo <i>Brand</i>	22
Gambar 3.2. <i>Font</i> Logo.....	36
Gambar 3.3. Jenis <i>Font</i> Logo.....	37
Gambar 3.4. <i>Colour</i>	37
Gambar 3.5. Jenis <i>Font</i> Elvara.....	38
Gambar 3.6. Banyaknya Sisa Kain Produksi	41

Gambar 3.7. Jenis Limbah	42
Gambar 3.8. Pengolahan Limbah.....	42
Gambar 3.9. Potensi Sisa Kain Brokat.....	43
Gambar 3.10. Peluang <i>E-commerce</i>	43
Gambar 3.11. <i>Compotitor Mapping</i>	47
Gambar 3.12. <i>Empathy map</i>	49
Gambar 3.13. <i>Business Model Canvas</i>	51
Gambar 3.14. Tektur Brokat Corneli.....	53
Gambar 3.15. Sisa Kain Produksi Brokat	53
Gambar 4.1 <i>Mood Board</i>	58
Gambar 4.2 <i>Usage Board</i>	59
Gambar 4.3 <i>Styling Board</i>	60
Gambar 4.4. <i>Lifestyle Board</i>	61
Gambar 4.5. Sketsa Alternatif Desain	63
Gambar 4.6. <i>Study Model</i>	63
Gambar 4.7. Model Terpilih.....	64
Gambar 4.8 Pengembangan Variasi Sketsa	65
Gambar 4.9. Usia Konsumen di Pameran " <i>Imago Creare</i> "	65
Gambar 4.10. Kesibukan Konsumen	66
Gambar 4.11. Ketertarikan Konsumen.....	66
Gambar 4.12. Variasi Terpilih	67
Gambar 4.13. Model Terpilih.....	67
Gambar 4.14. Pengembangan Sketsa	68
Gambar 4.15. <i>Portotype Flody Obi</i>	69
Gambar 4.16. Cara Penggunaan.....	69
Gambar 4.17. <i>Portotype Yui Obi</i>	70
Gambar 4.18. <i>Portotype Serena Obi</i>	70
Gambar 4.19. <i>Portotype Bloome Obi</i>	71
Gambar 4.20. <i>Portotype Aure Obi</i>	71

Gambar 4.21. <i>Portotype Charmy Obi</i>	72
Gambar 4.22. Usia Konsumen	73
Gambar 4.23. Kesibukan Konsumen	73
Gambar 4.24. Nilai Fungsi <i>Flody Obi</i>	74
Gambar 4.25. Nilai Estetika <i>Flody Obi</i>	74
Gambar 4.26. Kesan <i>Elegant Flody Obi</i>	75
Gambar 4.27. Kesan <i>Modern Flody Obi</i>	75
Gambar 4.28. Kesan Feminim <i>Flody Obi</i>	76
Gambar 4.29. Nilai Estetika <i>Yui Obi</i>	76
Gambar 4.30. Kesan <i>Elegant Yui Obi</i>	77
Gambar 4.31. Kesan <i>Modern Yui Obi</i>	77
Gambar 4.32. Kesan Feminim <i>Yui Obi</i>	78
Gambar 4.33. Nilai Estetika <i>Serena Obi</i>	78
Gambar 4.34. Kesan <i>Elegant Serena Obi</i>	79
Gambar 4.35. Kesan <i>Modern Serena Obi</i>	79
Gambar 4.36. Kesan Feminim <i>Serena Obi</i>	80
Gambar 4.37. Nilai Estetika <i>Blome Obi</i>	80
Gambar 4.38. Kesan <i>Elegant Blome Obi</i>	81
Gambar 4.39. Kesan <i>Modern Blome Obi</i>	81
Gambar 4.40. Kesan Feminim <i>Blome Obi</i>	82
Gambar 4.41. Nilai Estetika <i>Aure Obi</i>	82
Gambar 4.42. Kesan <i>Elegant Aure Obi</i>	83
Gambar 4.43. Kesan <i>Modern Aure Obi</i>	83
Gambar 4.44. Kesan Feminim <i>Aure Obi</i>	84
Gambar 4.45. Nilai Estetika <i>Charmy Obi</i>	84
Gambar 4.46. Kesan <i>Elegant Charmy Obi</i>	85
Gambar 4.47. Kesan <i>Modern Charmy Obi</i>	85
Gambar 4.48. Kesan Feminim <i>Charmy Obi</i>	86
Gambar 4.49. Minat Konsumen	88

Gambar 4.50. Cara Penggunaan.....	88
Gambar 4.51. Kelengkapan Produk	100
Gambar 4.52. Instagram Elvara	109
Gambar 4.52. Tiktok Elvara	109
Gambar 4.52. <i>WhatsApp Business</i> Elvara.....	110
Gambar 4.53. Shopee Elvara.....	110
Gambar 4.54. Pameran “ <i>Imago Creare</i> ”	111
Gambar 4.55. Promosi <i>WhatsApp</i>	113
Gambar 4.56. <i>User Testing</i>	113

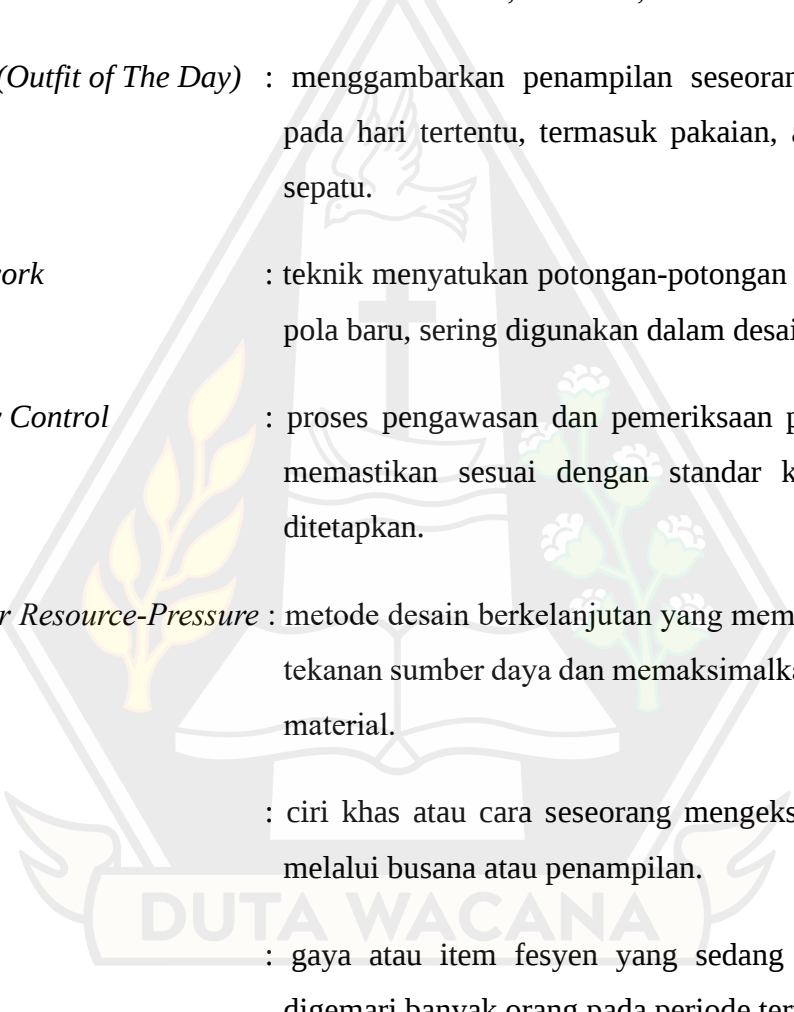


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. <i>Standart Ukuran</i>	25
Tabel 3.1. <i>Compotitor Shope</i>	44
Tabel 3.2. <i>Compotitor Tokopedia</i>	46
Tabel 3.4. <i>Compotitor Mapping</i>	48
Tabel 3.5. <i>Eksperiment Material</i>	53
Tabel 3.6. <i>Standart Ukuran Elvara</i>	55
Tabel 4.1 Atribut produk.....	57
Tabel 4.2. <i>SCAMPER</i>	62
Tabel 4.3. Proses Produksi <i>Flody Obi</i>	89
Tabel 4.4. Proses Produksi <i>Yui Obi</i>	90
Tabel 4.5. Proses Produksi <i>Serena Obi</i>	91
Tabel 4.6. Proses Produksi <i>Blome Obi</i>	92
Tabel 4.7. Proses Produksi <i>Aure Obi</i>	93
Tabel 4.8. Proses Produksi <i>Charmy Obi</i>	95
Tabel 4.9. Spesifikasi Produk.....	97
Tabel 4.10. <i>Investasi</i>	100
Tabel 4.11. <i>Variable Cost Per Produk</i>	100
Tabel 4.12. <i>Variable Cost</i>	101
Tabel 4.13. <i>Biaya Overhead</i>	102
Tabel 4.14. Harga Pokok Produksi	102
Tabel 4.15. Harga Jual	103
Tabel 4.16. BEP	104
Tabel 4.17. Pemasukan	105
Tabel 4.18. Pengeluaran.....	106

DAFTAR ISTILAH

<i>Benchmarking</i>	: proses membandingkan kinerja atau kualitas produk dengan standar terbaik sebagai acuan untuk peningkatan.
<i>Bohemian</i>	: gaya fesyen yang bebas, etnik, dan artistik; sering menggunakan warna cerah, motif unik, serta banyak aksesoris.
<i>Edgy</i>	: gaya fesyen yang berani, tajam, dan <i>anti-mainstream</i> ; sering digunakan untuk tampil beda dan kuat.
<i>Holistic</i>	: pendekatan menyeluruh yang mempertimbangkan berbagai aspek secara terpadu, seperti fungsi, estetika, dan lingkungan.
<i>Lace</i>	: kain renda yang memiliki motif berlubang dan dekoratif, biasanya digunakan sebagai elemen feminin atau mewah.
<i>Layering</i>	: teknik styling dengan menumpuk beberapa lapisan pakaian untuk efek visual, kenyamanan, atau fungsi.
<i>Limited Edition</i>	: produk yang dibuat dalam jumlah terbatas untuk menjaga eksklusivitas dan daya tarik pasar.
<i>Mix and Match</i>	: teknik mencocokkan berbagai item pakaian dan aksesoris untuk menciptakan tampilan yang unik dan menarik.
<i>Mood</i>	: suasana hati atau emosi yang memengaruhi pilihan gaya berpakaian seseorang.



<i>Obi</i>	: sabuk atau ikat pinggang tradisional Jepang yang digunakan untuk mengikat kimono.
<i>Obi Belt</i>	: adaptasi modern dari obi tradisional, digunakan sebagai aksesoris fesyen yang fungsional dan estetis.
<i>Oufit</i>	: satu set pakaian lengkap yang dikenakan seseorang, terdiri dari atasan, bawahan, dan aksesoris.
<i>OTTD (Outfit of The Day)</i>	: menggambarkan penampilan seseorang pada hari pada hari tertentu, termasuk pakaian, aksesoris, dan sepatu.
<i>Patchwork</i>	: teknik menyatukan potongan-potongan kain menjadi pola baru, sering digunakan dalam desain <i>upcycled</i> .
<i>Quality Control</i>	: proses pengawasan dan pemeriksaan produk untuk memastikan sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan.
<i>Sirkular Resource-Pressure</i>	: metode desain berkelanjutan yang memperhitungkan tekanan sumber daya dan memaksimalkan daur ulang material.
<i>Style</i>	: ciri khas atau cara seseorang mengekspresikan diri melalui busana atau penampilan.
<i>Trendy</i>	: gaya atau item fesyen yang sedang populer dan digemari banyak orang pada periode tertentu.
<i>Trend</i>	: arah atau kecenderungan perkembangan dalam dunia fesyen, baik dalam model, warna, maupun bahan.

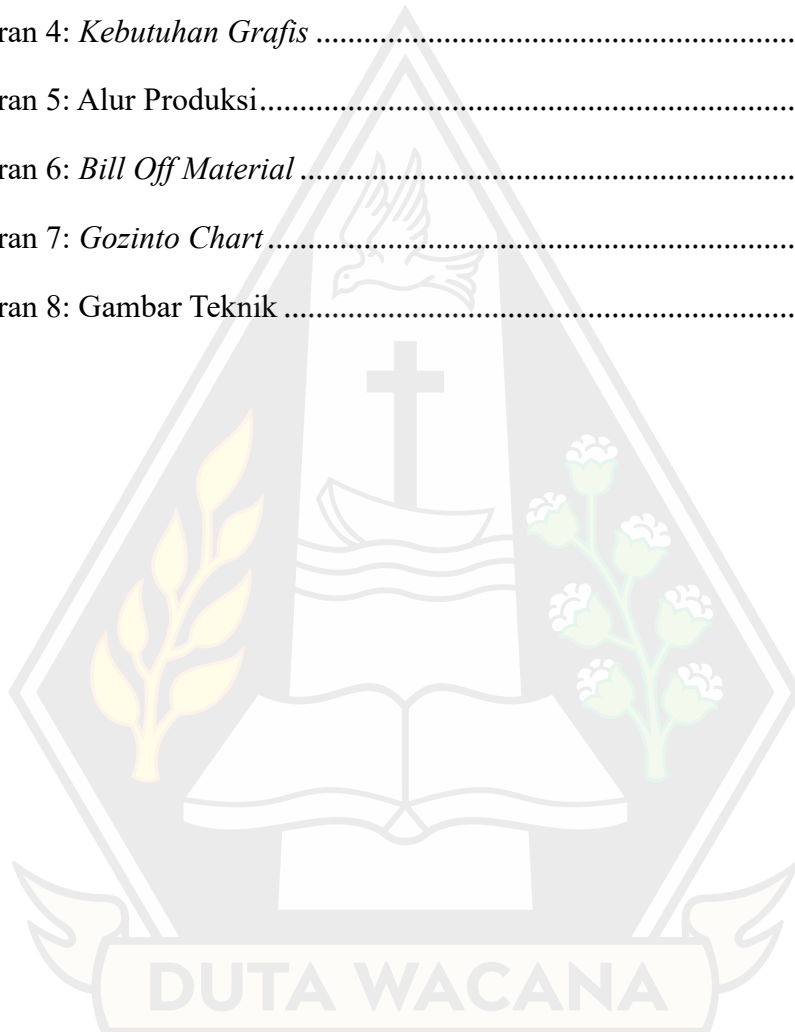
Upcyling : proses mengubah limbah atau barang tak terpakai menjadi produk baru dengan nilai guna dan estetika yang lebih tinggi.

User Testing : pengujian produk oleh pengguna langsung untuk mengevaluasi fungsi dan kenyamanan.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Data Narasumber dan Transkrip	121
Lampiran 2: Dokumentasi.....	126
Lampiran 3: Dokumentasi Bukti Pembayaran dan Testimoni	127
Lampiran 4: <i>Kebutuhan Grafis</i>	128
Lampiran 5: Alur Produksi.....	130
Lampiran 6: <i>Bill Off Material</i>	139
Lampiran 7: <i>Gozinto Chart</i>	140
Lampiran 8: Gambar Teknik	141



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Elvara adalah sebuah *brand* fesyen yang saat ini berfokus pada produk aksesoris *obi belt* yang dibuat dengan menggunakan bahan daur ulang limbah sisa kain produksi atau yang disebut kain perca. Elvara memiliki tujuan untuk menghadirkan produk yang berkelanjutan tentunya dengan inovasi baru. Selain itu tidak hanya mendukung tetapi juga turut serta untuk berkontribusi mengupayakan pelestarian alam sehingga dapat menciptakan fesyen yang bertanggung jawab. Hal tersebut, tentunya didasari karena adanya pencemaran lingkungan yang setiap tahunnya meningkat, disebabkan oleh industri fesyen. *Fesyen* merupakan kebutuhan pokok yang diperlukan bagi setiap orang, baik itu anak-anak, remaja, dewasa maupun orang tua pasti membutuhkan fesyen.

Oleh sebab itu, orang-orang sering sekali mengikuti *trend* fesyen, karena fesyen dapat meningkatkan rasa percaya diri pada seseorang. Selain itu, seseorang dapat dengan mudah mengekspresikan kepribadiannya sesuai dengan *mood* mereka melalui fesyen. Sehingga pada akhirnya industri fesyen saling bersaing untuk memproduksi fesyen sesuai dengan minat dan kebutuhan pasar. Persaingan yang sangat ketat ini, tentunya dapat memberikan dampak buruk bagi lingkungan sekitar karena terjadinya penumpukan sisa kain hasil produksi. Hal ini didukung berdasarkan pada data SIPSN (Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional), Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK, 2020), sampah kain di Indonesia pada setiap tahunnya mengalami peningkatan yang bermula pada tahun 2019 sebesar 2,3 %, kini pada tahun 2023 meningkat menjadi 2,89 % yang disebabkan kurang adanya kesadaran dari industri fesyen, baik itu pengusaha besar maupun pengusaha kecil seperti UMKM untuk mengelola kembali sisa kain dari hasil produksi.

Berdasarkan permasalahan tersebut serta memperhatikan peluang yang ada, Elvara mencoba memanfaatkan kain perca brokat sebagai bahan utama pada rancangan setiap produk yang dibuat tentunya menerapkan adanya pengembangan inovasi desain pada konsepnya. Pengembangan tersebut menghasilkan produk *obi belt* yang dapat memberikan kesan *slim* pada penggunaannya karena memiliki ukuran S-XL maupun *allsize* sehingga dapat menyesuaikan dengan bentuk tubuh. Pengembangan yang dilakukan lainnya, berupa teknik pengunciannya. Pada setiap desain *obi belt* dirancang memiliki teknik penguncian berbeda-beda yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Produk ini ditujukan pada wanita di berbagai kalangan seperti remaja, mahasiswa, pekerja kantor hingga ibu rumah tangga serta penggemar fesyen yang tentunya menyukai pakaian yang simpel dan mudah *mix and match* dengan pakaian lainnya. *obi belt* ini dapat dipakai untuk menghadiri acara-acara tertentu seperti pesta pernikahan, wisuda, kantor maupun acara-acara lainnya sesuai dengan keinginan penggunanya.

Penentuan produk tersebut dilihat berdasarkan adanya peluang-peluang yang didapat dari hasil riset minat pasar yang kebanyakan dari wanita memilih salah satu produk aksesoris fesyen yaitu *obi belt* sebagai yang paling diminati. Hasil riset market juga menunjukkan, jika aksesoris fesyen ini masih sangat jarang menggunakan bahan dari kain brokat dan lebih sering menggunakan bahan batik. Selain itu pada beberapa toko online lainnya, masih menjual produk dengan model yang sama. Peluang lainnya berupa sisa kain perca brokat yang didapatkan ini kebanyakan memiliki ukuran yang cukup besar dengan panjang sekitar 30 cm hingga 45 cm, sehingga dapat dibuat menjadi *obi belt*. Peneliti melakukan beberapa tahap untuk dapat memperkuat peluang-peluang tersebut, peneliti perlu melakukan beberapa tahap yaitu seperti mengumpulkan data, menggunakan metode perancangan *SCAMPER*, strategi *Marketing Mix 7P*, *Business Model Canvas*, dan *Empathy Map*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah tertulis di atas, berikut ini rumusan masalahnya:

1. Bagaimana perancangan desain *obi belt* dapat menarik minat wanita usia 18-45 tahun berdasarkan *trend* pasar saat ini?
2. Bagaimana merancang produk *obi belt* yang memiliki bagian penguncian yang awet?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk menjangkau konsumen dengan preferensi ukuran tertentu?

1.3. Tujuan dan Manfaat

1.3.1. Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah tertulis di atas, penelitian perlu memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengembangkan desain produk *obi belt* yang menarik bagi wanita usia 18-45 tahun dengan mendukung adanya keberlanjutan, memanfaatkan limbah kain berdasarkan *trend* pasar saat ini.
2. Menciptakan produk yang inovatif, serbaguna, praktis dan awet, salah satunya pada penguncian yang sesuai dengan kebutuhan pasar.
3. Menjangkau Segmen Pasar yang lebih luas dengan menyediakan berbagai ukuran dan panduan yang jelas, bisnis dapat menarik lebih banyak pelanggan dari berbagai tipe tubuh.

1.3.2. Manfaat

Berdasarkan latar belakang yang telah tertulis di atas, penelitian perlu memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Meningkatkan daya saing produk dengan kompetitor sesuai dengan kebutuhan pasar wanita usia 18-45 tahun.

2. Mengurangi pemborosan bahan baku dengan memanfaatkan kain sisa produksi, sehingga lebih efisien dan ramah lingkungan.
3. Informasi ukuran dapat menunjukkan bahwa *brand* Elvara peduli terhadap kenyamanan dan kebutuhan pelanggan.

1.4. Ruang Lingkup

Berdasarkan pada pemaparan latar belakang di atas, ruang lingkup penelitian sebagai berikut ini mencakup:

1. Hasil limbah produksi kain brokat menjadi bahan utama pembuatan *obi belt*.
2. Mengembangkan teknik penguncian pada *obi belt*.
3. Responden yang dilibatkan yaitu wanita usia 18-45 tahun, yang memiliki minat terhadap fesyen dan produk ramah lingkungan.

1.5. Metode Desain

Metode desain merupakan strategi yang digunakan oleh peneliti untuk melaksanakan rencana penelitian yang telah dirancang agar dapat berjalan sesuai rencana. Metode desain dilakukan peneliti terbagi menjadi dua yaitu

1.5.1. Metode Penelitian

Berikut ini merupakan metode riset yang dilakukan oleh peneliti sebagai untuk mengumpulkan data sebagai berikut ini, yaitu

1. Observasi

Memudahkan peneliti dalam memahami konteks sosial atau perilaku secara alami. Pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan secara langsung, fenomena, atau perilaku di lapangan, sehingga peneliti dapat mengamati dan mencatat apa yang mereka lihat dalam situasi sebenarnya, tanpa campur tangan atau perubahan dari pihak peneliti (Wani, Nurjanah, & Fadillah, 2024).

2. Wawancara

Digunakan untuk memahami perspektif, pengalaman, perasaan, atau opini responden secara lebih rinci. Pengumpulan data ini melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden, di mana peneliti mengajukan pertanyaan untuk menggali informasi mendalam tentang topik yang diteliti (Huberman & Miles, 1992).

3. Kuesioner

Melibatkan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Hal ini mencakup pertanyaan terstruktur dan tertutup, sehingga memudahkan pengelolaan data, atau pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden memberikan jawaban yang lebih rinci. Penelitian ini banyak digunakan dalam penelitian karena memungkinkan pengumpulan data responden, waktu dan biaya lebih efisien (Hartono, 2018).

4. Dokumentasi

Hasil pengamatan yang dilakukan secara langsung oleh peneliti untuk memperoleh data yang sesuai dengan pembahasan. Bertujuan untuk mengetahui gambaran nyata dilapangan dan mendapatkan sumber primer. Sugiyono (2005:83, dikutip dalam Nilamsari, 2014) mengungkapkan bahwa studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Bahkan kredibilitas hasil penelitian kualitatif akan semakin tinggi jika melibatkan/menggunakan studi dokumen dalam metode penelitian kualitatifnya.

1.5.2. Metode Perancangan

Metode desain digunakan peneliti untuk merancang produk tugas akhir ini berupa *SCAMPER*. *SCAMPER* merupakan salah satu metode untuk mengembangkan kreativitas dengan mengajukan pertanyaan kepada perusahaan dan menghasilkan ide-ide baru yang berbeda dari sebelumnya. Cara ini sangat populer berdasarkan filosofi Tiongkok yaitu

"menciptakan sesuatu yang baru dengan mengubah apa yang sudah ada" (Hassandi, 2024). Metode *SCAMPER* pertama kali diperkenalkan oleh Bob Eberle (Rizki, 2023) yang bermakna

1. *Substitute* (Mengganti)

Mengganti elemen tertentu dalam suatu produk atau proses dengan sesuatu yang lain.

2. *Combine* (Menggabungkan)

Menggabungkan dua atau lebih elemen untuk menciptakan sesuatu yang baru.

3. *Adapt* (Menyesuaikan)

Menyesuaikan ide, produk, atau konsep dengan situasi atau kebutuhan baru.

4. *Modify* (Mengubah)

Mengubah bentuk, ukuran, dan warna untuk meningkatkan produk.

5. *Put to other uses* (Menggunakan)

Menggunakan produk atau konsep dalam konteks yang berbeda.

6. *Eliminate* (Menghilangkan)

Menghapus bagian yang tidak perlu untuk menyederhanakan atau meningkatkan produk.

7. *Rearrange/reverse* (Mengatur ulang)

Mengubah urutan atau arah suatu produk atau proses untuk melihat kemungkinan baru.

DUTA WACANA

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan rintisan bisnis yang telah dilakukan oleh Elvara dalam mengembangkan serta merancang produk *obi belt* supaya dapat sesuai dengan kebutuhan dan minat pasar dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Elvara telah berhasil melakukan perancangan desain *obi belt* yang menarik minat wanita usia 18–45 tahun dengan mempertimbangkan tren pasar terkini, seperti gaya multifungsi, desain yang memberikan efek *slimming*, serta pilihan warna dan motif yang sedang digemari. Pendekatan desain yang memadukan unsur estetika tradisional brokat dengan gaya modern terbukti efektif menarik minat target pasar. Desain yang fleksibel untuk dipadupadankan dengan berbagai jenis pakaian juga meningkatkan daya tarik produk di kalangan wanita muda hingga dewasa.
2. Elvara mengembangkan produk *obi belt* yang ramah lingkungan dengan memanfaatkan sisa kain brokat produksi sebagai bahan utama, yang dirancang dengan sistem penguncian berbeda, memperhatikan fungsi, kenyamanan pengguna, serta disesuaikan dengan ukuran standar wanita Indonesia (S-XL) agar dapat memberikan efek *slim* pada tubuh dan dapat memberikan kesan *elegant*, *modern* serta feminim sesuai dengan keinginan pengguna.
3. Strategi pemasaran yang diterapkan, yaitu melalui media sosial, *E-commerce*, serta partisipasi dalam pameran, berhasil menjangkau konsumen secara efektif, terutama melalui pendekatan personalisasi, promosi digital, dan penyajian produk dalam format terbatas (*limited edition*).
4. Berdasarkan hasil penjualan yang telah dilakukan oleh peneliti terdapat 10 *obi belt* dan 2 custom kebaya yang berhasil diperjual belikan. Hal ini, menandakan adanya respon positif dari konsumen terhadap produk Elvara.

Respon ini menunjukkan adanya keberhasilan Elvara dalam memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen.

5.2. Saran

Agar pengembangan produk Elvara dapat terus berkelanjutan dan bersaing di pasar, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Tidak hanya mengembangkan desain *obi belt* pada teknik penguncian saja, tetapi juga mengembangkan desain pada fungsi kegunaannya yang dapat menjadi sarana bawa.
2. Mengembangkan kembali hasil sisa produksi untuk membuat aksesoris fesyen lainnya, seperti jepit rambut, bando, ikat rambut dan sebagainya.
3. Diperlukan peningkatan pada kapasitas produksi dan efisiensi waktu agar produk dapat tersedia dalam bentuk *ready stock*, terutama untuk model-model yang paling diminati.
4. Membentuk tim produksi yang terstruktur untuk memudahkan berjalannya alur usaha.
5. Menjalin kerjasama dengan *influencer* untuk mempromosikan produk agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas sehingga *brand* Elvara dapat dikenal oleh masyarakat.
6. Meningkatkan penjualan melalui iklan berbayar di Instagram/TikTok.
7. Mengikuti berbagai macam acara seperti *event* fesyen *show*, *bazar*, pameran dan *workshop*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Cahyanengsi, E., & Rosmiaty, R. (2022). *Pemanfaatan Perca Kain Brokat pada pembuatan Tas Wanita dengan Konsep Upcycling*. *Journal HomeEc*, 17(1), xx–xx. <https://doi.org/10.59562/homeec.v17i1.32872>
- Aninisa. (2025). *Materi Lace*. Retrieved from pdfcoffee.com: <https://pdfcoffee.com/qdownload/materi-lace-pdf-free.html>
- Bahankain. (2023). *Mengupas Sejarah dan Variasi Model Obi Belt Kekinian*. <https://bahankain.com/2023/03/28/mengupas-sejarah-dan-model-model-obi-belt-kekinian?srsId=AfmBOoqwnfnXTRMCck12XiB48NXbwBaOuiEBdFRgzDpoVuYpjv3sWwE>
- Desing, H., Braun, G., dan Hischier, R. (2021). *Resource Pressure–A Circular Design Method*. *Resources. Conservation and Recycling*, 164, 105179. https://www.researchgate.net/publication/346018966_Resource_pressure_-_A_circular_design_method
- Dobrowolski, Z., & Sulkowski, Ł. (2021). Business Model Canvas and Energy Enterprises. *Energies*, 14(21). <https://doi.org/10.3390/en14217198>
- Fazrul, I. (2025, Maret 21). *Ukuran Baju Wanita Dewasa Indonesia Dilengkapi Tabel*. *Cari Tahu Ukuran Bajumu, Yuk!*. Diambil kembali dari 99updates.id: <https://www.99updates.id/ukuran-baju-wanita-dewasa/>
- Fitinline. (2019). *13 Jenis Kain Brokat yang biasa Dipakai untuk Busana Wanita Lengkap dengan Cara Menjahitnya*. <https://fitinline.com/article/read/13-jenis-kain-brokat-yang-biasa-dipakai-untuk-busana-wanita-lengkap-dengan-cara-menjahitnya/>
- Hafidzah, S., & Santoso, R. E. (2024). *Upcycling Perca Brokat dengan Tule Menggunakan Metode Sirkular Resource-Pressure*. *Journal Of Fashion and Textile Design Unesa*, 5, 31–40. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/baju/article/view/56976/46230>
- Hartono, J. (2018). *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Penerbit Andi. <http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/834/1/BAB%201%20Kuesioner.pdf>
- Hassandi, I. (Agustus 2024). *Metode-Metode Pendukung Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis*. Tangerang Banten: Minhaj Pustaka.

<https://repository.minhajpustaka.id/media/publications/569692-metode-metode-pendukung-kreativitas-dan-e2c89378.pdf>

Huberman, & Miles. (1992). *Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif*. Jurnal Studi Komunikasi dan Media, 02(1998), 1–11.
<https://samudrapublisher.com/index.php/JISOSEPOL>

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (KLHK, 2020). *Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional*. Kementerian Lingkungan Hidup Dan Kehutanan.
<https://sipsn.kemenlh.go.id/sipsn/public/data/komposisi>

Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*, 13th Edition. New Jersey: Upper Saddle River. <https://osf.io/6crjs/download>

Maryana, M., Putri, N. M., Chania, V., Hikalmi, H., & Miswar, M. (2023). *Pemanfaatan Kain Perca menjadi Produk Bernilai Ekonomi sebagai Alternatif Peluang Usaha di Gampong Baroh Blang Rimueng*. Humanism : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(3), 277–288. <https://doi.org/10.30651/Hm.V4i3.20028>

Nilamsari, N. (2024). *Memahami studi dokumen dalam penelitian kualitatif*. Wacana Volume XIII No.2, 177-181.
<https://journal1.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/download/143/88>

Oktaviani, T., & Nurani, A. (2024). Inovasi Daur Ulang Kain Perca Melalui Aplikasi Teknik Jahit Tindas dengan Media Plastik Biodegradable. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 12(1), 18–35. <https://doi.org/10.36806/jsrw.v12i1.197>

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movement, T. (n.d.). *You're Holding a Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers Striving to Defy Outmoded Business Models and Design Tomorrow's Enterprises*. It's a book for the . . . writt (2009;101)
https://vace.uky.edu/sites/vace/files/downloads/9_business_model_generation.pdf

Pinjungwati, G. T. (2024, Juni). *7 Kepribadian Seseorang Dilihat dari Cara Berpakaian, Kamu yang Mana?* Retrieved from Fimela:
<https://www.fimela.com/lifestyle/read/5622921/7-kepribadian-seseorang-dilihat-dari-cara-berpakaian-kamu-yang-mana?page=7>

Rizki, F. (2023, Juli). *SCAMPER, Metode Jitu Mengasah Kreativitas Menuju Bisnis Sukses*.

https://markplusinstitute.com/explore/apa-itu-metode-scamper/?srsltid=AfmBOooc4-8m5_CAHi_FnUWpyI4_3ncZ5l89ICn7Xj952QCBE1l0CcnN

- Reflis, R., Utama, S. P., & Hayati, N. (2021). *Utilization of Waste Fabric Into Economic Value Products in Sawah Lebar Village, Bengkulu*. *altifani journal: international journal of community engagement*, 2(1), 6. <https://doi.org/10.32502/Altifani.V2i1.3695>
- Sinlae, A. A. (2021). *Kajian Praktis Perancangan Sistem Informasi Berbasis Design Thinking*. Medan: Pt Media Penerbit Indonesia.
- Sholekah, A. P., & Arifiana, D. (2024, September). *Pembuatan obi modifikasi berbahan crinoline dengan aplikasi bordir*. *Jurnal Penelitian Busana & Desain*, 4(2), 11–18. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpbd/article/view/38719/12851>
- Suryani, H. (2017). *Model Pelatihan Pengelolaan Limbah Industri Pakaian Jadi (Model MIDA)*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar. <https://eprints.unm.ac.id/7749/1/BUKU%20MODUL%20MODEL%20MIDA.pdf>
- Sumarwan, U., Widjaja, D. C., & Saefudin, A. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen: Panduan Riset dan Kajian Kepuasan, Perilaku, Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Risiko*. Bogor: IPB Press. <https://perpuskita.perpustakaanadigital.com/detail/riset-pemasaran-dan-konsumen-seri-1/50526>
- Wani, A. S., Yasmin, F. A., Rizky, S., Syafira, S., & Siregar, D. Y. (2024). *Penggunaan Teknik Observasi Fisik dan Observasi Intelektual untuk Memahami Karakteristik Siswa di Sekolah Menengah Pertama*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 3737–3743. <https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.12974>