

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri tekstil global mulai menggaungkan perubahan model bisnis menuju ekonomi sirkular (Boger, S., & Spilker, T. 2020), sebagai respon terhadap ancaman pencemaran lingkungan melalui penggunaan bahan baku daur ulang atau *recycled fabrics* (Nazhifah & Rimatho, 2024). Penelitian mengenai preferensi *circular fashion* oleh Kim, Jung, dan Lee (2021), mengungkapkan bahwa mayoritas responden sebesar 78,4% secara signifikan lebih memilih pakaian berbahan baku daur ulang (*recycled clothing*), pembeli menilai pakaian berbahan daur ulang memiliki persepsi nilai manfaat dan kebersihan yang lebih tinggi serta tingkat risiko yang lebih rendah. Kelompok Millennial dan Gen-Z menunjukkan kesediaan membayar lebih demi mendapatkan produk yang berkelanjutan (Kim, Jung, & Lee, 2021).

Penerapan model bisnis ekonomi sirkular pada industri tekstil dalam negeri, dipandang sebagai wujud transformasi strategis dalam meminimalisir limbah buangan industri. Hal ini menjawab preferensi pasar yang mengutamakan produk ramah lingkungan (Nazhifah & Rimatho, 2024). Keberhasilan integrasi keberlanjutan pada pertumbuhan bisnis tekstil dalam negeri, ditunjukkan oleh PT. Pable Indonesia dalam mengolah limbah tekstil menjadi benang dan kain daur ulang berkualitas tanpa mengabaikan aspek keberlanjutan dan nilai ekonomis bisnis (Trisnawati, 2025).

PT. Pable Indonesia (Pable) adalah perusahaan *startup* pengelolaan limbah dan pengolahan *recycled textile*, perusahaan ini berlokasi di Surabaya, Jawa Timur. Didirikan pada tahun 2020 oleh Aryenda Atma (Atmoko, Bambang D. 2020). Dalam operasionalnya, Pable memiliki dua layanan utama yaitu Pabtex dan Pabmove. Pabmove adalah program yang dibentuk untuk mewadahi pakaian seragam yang sudah tidak layak pakai, kemudian diolah dan dijadikan bahan *recycle*. Sedangkan Pabtex adalah produk inovasi unggulannya, yaitu kain *recycle*. Kain pabtex hampir seluruhnya membutuhkan penanganan khusus karena berupa tenunan. Sebelum dimanfaatkan menjadi suatu produk, kain perlu dilakukan

pencucian dengan tangan agar serat tenun menjadi rapat dan kain terasa lebih kokoh (Pable.id).

Salah satu jenis kain yang mereka punya yaitu kain Pakan, kain ini sudah dimanfaatkan sebagai bahan dasar produk oleh beberapa penggerak usaha, salah satu jenama lokal yang bekerja sama dengan Pable yaitu Indosole, mereka menggunakan kain Pakan sebagai bahan *cover* produk sandal khasnya bernama “Wabi Sliders”. Kolaborator lainnya yaitu Othoman pada acara “Mandiri: Looping for Life”, berupa produk *outer* kardigan putih. Penggunaan kain Pakan sebagai bahan dasar produk *wearable* masih terbatas pada *cover* sandal dan kardigan.



Gambar 1.1 produk “Wabi Sliders” milik Indosole

Gen Z dan Millennial memiliki ketertarikan untuk membeli produk yang mempunyai keunikan kesan visual dan rabaan (*handfeel*) (WGSN, 2024). Tekstur serat dari bahan daur ulang merupakan aspek utama yang pertama dilihat secara langsung kepada konsumen (Textiles Intelligence, 2023). Kualitas tekstur menjadi salah satu pendukung utama daya tarik produk *sustainable fashion* (Kim, Y., & Sullivan, P. 2021).

Produk topi kasual telah bergeser dari sebatas alat pelindung (*headgear*), menjadi sarana berekspresi diri bagi Millennial dan Gen-Z dalam kesehariannya (Cassidy, T. D., & Finch, R. 2018). Kain yang tebal memberi ketahanan struktur topi saat dipakai dan dicuci secara berulang (Peksoz, S., & Bilen, K. 2020). Kain Pakan masuk ke kategori kain tebal (*heavy-weight*), karakteristik ini menjadikan kain Pakan cocok untuk digunakan sebagai bahan produk *outerwear* (Pable.id). Gen-Z dan Millennial memiliki pertimbangan saat memilih produk topi kasual yaitu keunikan tekstur seperti bulir serat bahan, seperti serat *recycle* yang ditenun dan menonjol keluar, , kenyamanan, dan kesan kepribadian yang dipancarkan (Rahman, O., Chen, Z., & Jiang, S. (2020).



Gambar 1.2 contoh produk topi dengan keunikan tekstur, kiri: (Shkoura, 2022), kanan: (Kelvin Lam, 2025)

Kemudahan pemakaian dan penampilan topi sebagai penunjang gaya merupakan kriteria dalam memilih topi (Marcellus, K. 2026). Bentuk topi tertentu dapat memberikan kesan modern dan elegan (Chwatt, N. 2025). Pengaruh bahan dasar produk topi dapat menambah tampilan pemakai secara keseluruhan (Tenshi, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa adanya peluang untuk peneliti melakukan pemanfaatan kain Pakan yang masih terbatas, berupa produk milineris topi.

Slack, Laura (dalam Putra & Sudiarta, 2020) menjelaskan bahwa pemilihan bahan dalam proses perancangan produk adalah kunci untuk menciptakan kesan sensasional suatu produk. Dalam konteks pemanfaatan kain *recycle*, aspek ini menegaskan bahwa inovasi bahan baku perlu memberikan daya tarik visual (Putra & Sudiarta, 2020). Kotler dan Keller (2012), mendefinisikan citra merek sebagai persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh pembeli. Hal ini akan meningkatkan daya tarik suatu produk yang mengadopsi prinsip berkelanjutan (Rahmawati & Wibowo, 2023). Penelitian ini menggunakan indikator dimensi diferensiasi produk (Kotler dan Keller, 2012). Bersama dengan indikator dimensi desain produk (Slack, Laura. 2006).

Berdasarkan penelusuran artikel yang membahas tren produk topi, peneliti menetapkan beberapa jenis topi yang akan diteliti kelayakannya sebagai produk topi kasual pada penelitian ini. Di antaranya yaitu; *Bucket Hat* dan *Baseball Cap*, karena sifatnya memberikan kesan kasual pada semua *look* (Marcellus, K. 2026). Kemudian topi *Cloche*, karena sifatnya yang praktis dan *timeless* (Chwatt, N. 2025). Terakhir yaitu topi *Docker* karena sifatnya yang memberikan kesan *vintage* dan menonjolkan gaya perkotaan (Tenshi, 2023). Acuan unsur desain dalam proses perancangan desain produk topi menggunakan tema yang diusung pada Fashion

Tren *Forecast* (FTF) 2026/2027, yaitu tema *Origin Code* dengan subtema *Timeless Weave*. Karakteristiknya relevan karena subtema ini mengusung prinsip keberlanjutan dengan mengutamakan bahan tradisional tenun.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pemanfaatan kain Pakan sebagai bahan produk terbatas pada *cover* alas kaki sandal, dan *outer* kardigan.
2. Pemanfaatan kain Pakan secara karakteristik ketebalannya terbatas pada produk *outerwear*.
3. Produk milineris topi membutuhkan bahan yang dapat mempertahankan bentuknya ketika dipakai atau disimpan.
4. Penilaian produk mengikuti indikator dimensi diferensiasi produk (Kotler & Keller, 2012) aspek Form (Wujud (*form*), Fitur (*features*), Kualitas Kesesuaian (*Conformance Quality*), Gaya (*Style*), dan aspek Desain (Design). Dimensi desain produk (Slack, Laura. 2006) aspek Bahan (*Material*), Warna (Color), Tekstur (*Texture*), dan Proporsi (*Proportion*).

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan latar belakang masalah tersebut, penelitian ini dibatasi pada ruang lingkup tertentu untuk menjaga fokus pembahasan. Adapun pembatasannya meliputi:

1. Pemanfaatan kain Pakan untuk dikembangkan menjadi produk topi *Cloche*, *Bucket Hat*, *Baseball cap*, dan topi *Docker*, karena kesamaan karakteristiknya yaitu untuk pemakaian sehari-hari.
2. Acuan *moodboard* dan pemilihan warna untuk produk topinya mengikuti palet warna yang dipaparkan FTF 2026/2027 tema *Origin Code*, subtema *Timeless Weave*.
3. Kain Pakan kemudian dijadikan produk topi *Cloche*, *Bucket Hat*, *baseball cap*, dan topi *Docker*, diuji berdasarkan indikator diferensiasi produk (Kotler & Keller, 2012) aspek Wujud (*Form*), Fitur (*features*), Kualitas kesesuaian (*Conformance quality*), Gaya (*style*), dan Desain (*design*).

Dimensi desain produk (Slack, Laura. 2006) aspek Bahan (*material*), Warna (*color*), Tekstur (*texture*), dan Proporsi (*proportion*).

1.4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah, “Bagaimana penilaian produk milineris topi dengan kain Pakan?”

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Membuat produk milineris topi menggunakan kain Pakan.
2. Mendapatkan hasil penilaian berdasarkan indikator diferensiasi produk (Kotler & Keller, 2012) Wujud (*Form*), Fitur (*features*), Kualitas kesesuaian (*Conformance quality*), Gaya (*style*), dan Desain (*design*). Dimensi desain produk (Slack, Laura. 2006) aspek Bahan (*material*), Warna (*color*), Tekstur (*texture*), dan Proporsi (*proportion*).

1.6. Kegunaan penelitian

Kegunaan dari penelitian ini yang dapat diambil esensinya, sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa
Mengetahui penampilan dan penilaian hasil pengembangan produk berupa milineris topi dengan kain Pakan.
2. Bagi Penulis
Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan memperdalam keterampilan dalam membuat suatu produk.
3. Bagi Program Studi
Sebagai bahan acuan untuk penelitian lebih lanjut, dan menambah referensi dalam pengembangan produk milineris topi dengan kain Pakan.