

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri *fashion* global mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir, seiring dengan meningkatnya peran *fashion* sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat modern. *Fashion* tidak lagi sekadar berfungsi sebagai kebutuhan dasar, melainkan telah menjadi sarana ekspresi diri, identitas sosial, serta representasi tren yang terus berubah (Siloto & Janah, 2023). Perkembangan ini turut didorong oleh globalisasi, kemajuan teknologi, serta kemudahan akses informasi yang memungkinkan tren *fashion* menyebar secara cepat dan luas (Varmeta dkk. 2025).

Seiring dengan perkembangan tersebut, pola konsumsi masyarakat terhadap produk *fashion* juga mengalami perubahan yang signifikan. Konsumen cenderung mengikuti tren yang dinamis dan memiliki kecenderungan untuk terus memperbarui gaya berpakaian mereka (Varmeta dkk., 2025). Fenomena tersebut dikenal dengan istilah *fast fashion*, yaitu sistem produksi *fashion* yang menekankan kecepatan dalam desain, produksi, dan distribusi produk agar dapat segera mengikuti tren yang sedang berkembang.

Namun demikian, keberadaan *fast fashion* tidak terlepas dari berbagai permasalahan. Produksi yang masif dan siklus penggunaan produk yang singkat menyebabkan meningkatnya limbah tekstil serta tekanan terhadap lingkungan (Muhammad & Nugraha, 2025). Selain itu, *fast fashion* juga berkontribusi terhadap perubahan perilaku konsumen yang cenderung konsumtif. Salah satu bentuk perilaku konsumtif yang berkembang adalah *impulsive buying*, yaitu kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan yang matang. Perilaku ini seringkali dipengaruhi oleh faktor emosional, tren, serta kemudahan akses terhadap produk *fashion*. Dalam konteks *fast fashion*, *impulsive buying* menjadi semakin meningkat karena konsumen terdorong untuk segera membeli produk sebelum tren berganti (Amatullah & Inas, 2025).

Keterkaitan antara *fast fashion* dan *impulsive buying* menunjukkan adanya hubungan yang saling memperkuat. *Fast fashion* menciptakan siklus tren yang cepat, sementara perilaku impulsif konsumen mempercepat laju konsumsi produk. Produk yang dihasilkan dalam sistem *fast fashion* tidak hanya mencakup pakaian, tetapi juga berbagai *fashion* aksesoris & milineris salah satunya adalah tas (Aboagyewaa-Ntiri, 2024). Tas merupakan salah satu milineris *fashion* yang memiliki tingkat permintaan tinggi karena berfungsi tidak hanya sebagai kebutuhan fungsional, tetapi juga sebagai sarana ekspresi identitas, gaya hidup, dan simbol status sosial (Lee dkk., 2023) oleh karena itu, keberadaan tas hampir tidak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari masyarakat. Dalam konteks *fast fashion*, tas merupakan salah satu produk *fashion* yang desainnya terus diperbarui mengikuti perkembangan tren sehingga mendorong perilaku pembelian berulang dan mempercepat siklus konsumsi produk *fashion* (Bhardwaj & Fairhurst, 2010).

Berdasarkan bahan pembuatannya, tas biasanya dipilih dengan memperhatikan fungsi dan desain tas yang akan dibuat. Denim merupakan alternatif material tekstil yang dapat digunakan sebagai bahan pembuatan tas. Bahan denim dipilih karena denim merupakan material yang kokoh, tekstur mirip karpet namun lebih tipis dan halus. (Wulandari & Achir, 2015). Selain memiliki alternatif material tekstil yang dapat digunakan, tas juga hadir dalam berbagai bentuk dan ukuran yang disesuaikan dengan kebutuhan, aktivitas, serta kesempatan penggunaannya. Desain tas tidak hanya mempertimbangkan aspek fungsional sebagai wadah penyimpanan, tetapi juga aspek kenyamanan, mobilitas, serta kesesuaian dengan gaya berbusana dan situasi penggunaan. Oleh karena itu, desain tas terus mengalami inovasi untuk menyesuaikan perubahan preferensi konsumen, baik dari aspek estetika, fungsionalitas, maupun keberlanjutan (Ge & Shin, 2025).

Selain produk tas, perkembangan tren *fashion* juga mendorong popularitas berbagai aksesoris busana lain yang memiliki fungsi dekoratif maupun fungsional. Salah satu aksesoris yang mengalami perkembangan dalam *fashion* modern adalah *obi belt*. Menurut (Nadia dkk., 2023). Obi merupakan produk tekstil dari negara Jepang yang digunakan sebagai ikat pinggang untuk menjaga kimono agar tetap rapi dan rapat. Obi termasuk kedalam kategori aksesoris penunjang busana berupa ikat pinggang. Obi dikenakan dengan cara dililitkan pada bagian pinggang untuk

mengikat kimono agar tetap rapi dan stabil selama digunakan. Selain berfungsi sebagai pengikat, obi juga membantu membentuk siluet tubuh sehingga menghasilkan tampilan yang lebih rapi dan proporsional (Luu & McKinney, 2021). Obi mengalami transformasi menjadi elemen dekoratif yang fleksibel dan dapat dikombinasikan dengan berbagai gaya busana (Sesnawati dkk., 2024). Seiring bertambahnya waktu, aksesoris obi tidak hanya dipakai pada pakaian tradisional Jepang saja, namun juga telah dimodifikasi menjadi lebih kekinian dan *wearable* dapat digunakan di berbagai acara.

Konsep modular adalah hasil dari elemen-elemen tertentu yang berfungsi sebagai modul universal, membentuk sistem baru yang menghasilkan variasi berbeda namun tetap mempertahankan fungsi dan kinerja produk. Desain ini memungkinkan pakaian dipecah menjadi beberapa bagian, sehingga pakaian tidak lagi dianggap sebagai produk yang utuh, melainkan terdiri dari modul-modul yang dapat disesuaikan dan diintegrasikan sesuai keinginan pemilik, menciptakan berbagai kemungkinan tanpa batas (Chen & Li, 2018). Modular *fashion* merupakan langkah yang berpengaruh menuju industri *fashion* yang lebih berkelanjutan dan inovatif. Secara umum, menurut (Uppal dkk., 2025) sesuai dengan namanya, *multifunction module* adalah desain yang memiliki dua atau lebih fungsi sekaligus dan dapat berubah peran (dapat mengubah wujud dan fungsi pakaian aslinya). Pakaian yang dapat di transformasikan adalah pakaian yang bisa digunakan dalam dua atau lebih gaya yang berbeda, baik secara fungsional maupun kegunaan. Salah satu contohnya adalah obi yang bisa diubah menjadi tas. Modular *fashion* yang dapat diubah, memberikan kebebasan menyesuaikan pakaian sesuai dengan kebutuhan, gaya, ataupun acara.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh (Nurwahyuni & Widiastuti, 2025), konsep modular telah diterapkan pada produk fashion berupa tas yang dapat ditransformasikan menjadi obi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa konsep modular mampu meningkatkan fleksibilitas penggunaan produk melalui perubahan fungsi dari tas menjadi obi. Namun, pengembangan produk pada penelitian tersebut masih terbatas pada satu jenis tas, yaitu *clutch*, sehingga variasi bentuk dan fungsi produk yang dihasilkan masih relatif terbatas. Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian ini mengembangkan konsep modular tas obi dengan menghadirkan lima

variasi jenis tas, yaitu *tote bag*, *sling bag*, *shoulder bag*, dan *crossbody bag* sehingga memberikan alternatif penggunaan yang lebih beragam sesuai kebutuhan pengguna. Selain mengembangkan variasi bentuk produk, penelitian ini juga mengimplementasikan motif Batik Jlamprang melalui teknik bordir sebagai upaya pelestarian budaya lokal sekaligus meningkatkan nilai estetika pada produk modular.

Indonesia memiliki kekayaan budaya yang beragam, salah satunya tercermin melalui warisan kain tradisional berupa batik. Di antara berbagai jenis batik yang berkembang di Indonesia, Batik Jlamprang merupakan salah satu batik khas Kota Pekalongan yang dikenal melalui motif geometris yang unik dan memiliki pengaruh budaya yang kuat. Salah satu ciri khasnya terletak pada penggunaan motif geometris yang terinspirasi dari pengaruh budaya Timur Tengah dan India yang masuk melalui jalur perdagangan pesisir. Selain itu, Batik Jlamprang banyak menampilkan motif bunga padma atau teratai yang memiliki makna filosofis sebagai simbol kesucian, kehidupan, dan keharmonisan. Salah satu ragam motifnya juga mengadopsi bentuk fauna lokal yang banyak ditemukan di kawasan pesisir sebagai representasi hubungan masyarakat dengan lingkungan tempat mereka hidup. Oleh karena itu, Batik Jlamprang memiliki kekuatan sebagai warisan budaya yang menyimpan nilai sejarah, filosofi, dan identitas lokal yang khas serta merepresentasikan identitas budaya masyarakat Pekalongan. Namun demikian, Batik Jlamprang saat ini mulai kurang diminati dibandingkan dengan motif batik lain yang lebih populer di masyarakat (Devina & Atrinawati, 2022).

Berbagai upaya pelestarian telah dilakukan oleh pemerintah dan berbagai pihak terkait, namun minat masyarakat terhadap Batik Jlamprang masih cenderung mengalami penurunan. Salah satu faktor yang menyebabkan kondisi tersebut adalah preferensi konsumen yang lebih memilih motif batik yang dianggap lebih populer dan sesuai dengan perkembangan tren dibandingkan motif geometris khas Jlamprang yang relatif sederhana (Atrinawati, 2022). Berdasarkan karakter visualnya, motif Batik Jlamprang didominasi oleh pola geometris yang berulang sehingga berpotensi menimbulkan kesan monoton bagi sebagian konsumen. Selain itu, penggunaan warna-warna tradisional yang mempertahankan nilai filosofis tertentu dapat membatasi variasi visual yang ditawarkan dibandingkan produk

fashion yang mengikuti perkembangan tren warna kontemporer. Kondisi tersebut menunjukkan adanya potensi penurunan eksistensi yang memerlukan upaya pelestarian agar nilai budaya yang terkandung di dalamnya tetap dapat dikenal dan diwariskan kepada generasi berikutnya (Atrinawati, 2022).

Meningkatnya kesadaran terhadap keberlanjutan mendorong berkembangnya preferensi konsumen terhadap produk yang memiliki desain *timeless*, mudah digunakan dalam berbagai situasi, serta tidak cepat usang akibat perubahan tren (Armstrong dkk., 2015; Niinimäki dkk., 2020). Kecenderungan tersebut mendorong kebutuhan akan pengembangan produk yang mengedepankan kesederhanaan visual, fleksibilitas penggunaan, dan daya guna jangka panjang. Pandangan tersebut sejalan dengan *Trend Forecasting Indonesia 2026/2027* subtema *Timeless Weave* yang menekankan reinterpretasi warisan budaya melalui pendekatan desain yang lebih kontemporer, sederhana, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat masa kini.

Karakteristik suatu produk tidak hanya dinilai berdasarkan fungsionalitasnya, tetapi juga kualitas yang dimilikinya. Menurut Garvin (1984) yang diacu dalam (Ramlawati, 2020) suatu produk juga perlu memperhatikan kualitas dan estetika sebagai faktor yang memengaruhi nilai serta daya tarik produk. Kualitas produk dipengaruhi oleh berbagai aspek, salah satunya dapat diwujudkan melalui pemilihan material yang tepat. Pemilihan material menjadi aspek penting karena berpengaruh terhadap fungsi, kenyamanan, estetika, dan daya tahan produk. Oleh karena itu, material yang digunakan harus mampu mendukung kualitas produk sekaligus selaras dengan konsep desain yang diangkat. Material denim dikenal sebagai material yang memiliki durabilitas yang baik sehingga mampu bertahan terhadap penggunaan berulang dan perubahan bentuk. Dengan tingkat ketahanan yang tinggi, material denim berpotensi memperpanjang usia pakai produk dan mengurangi kebutuhan konsumsi produk *fashion* secara berulang (Dea Rachmandi & Wahyuningsih, 2025). Pemilihan denim juga sejalan dengan *Trend Forecasting Indonesia 2026/2027* subtema *Timeless Weave*, yaitu menghadirkan desain yang lebih fungsional, berkelanjutan, dan memiliki relevansi jangka panjang. Subtema ini menekankan bahwa teknik, motif, dan warisan budaya dari generasi sebelumnya

tidak hanya dilestarikan, tetapi juga ditransformasikan menjadi sesuatu yang baru melalui pendekatan desain yang inovatif.

Dalam penelitian ini, teori kualitas produk Garvin digunakan sebagai acuan dalam pengembangan produk modular tas obi. Melalui pendekatan tersebut, produk dirancang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan fungsional melalui konsep modular dan multifungsi, tetapi juga untuk menampilkan nilai estetika yang mendukung pelestarian Batik Jlamprang sebagai identitas budaya yang diangkat dalam desain produk.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Tingginya konsumsi produk *fashion* akibat fenomena *fast fashion* mendorong perlunya inovasi produk yang memiliki nilai guna lebih tinggi dan usia pakai yang lebih panjang.
2. Eksistensi Batik Jlamprang mulai mengalami penurunan karena kurang mampu bersaing dengan motif batik yang lebih populer dan sesuai dengan preferensi konsumen saat ini.
3. Belum adanya pengembangan produk modular tas dan obi berbasis Batik Jlamprang yang menggabungkan aspek *performance* (kinerja), *features* (fitur), *reliability* (keandalan), *conformance* (kesesuaian), *aesthetics* (estetika), dan *perceived quality* (kualitas yang dipersepsikan).

1.3 Rumusan Masalah

“Bagaimana kualitas produk modular Batik Jlamprang sebagai inovasi produk *fashion* berkelanjutan?”

1.4 Pembatasan Masalah

1. Penelitian difokuskan pada perancangan produk modular berupa tas yang dapat diubah menjadi obi.
2. Produk menggunakan material denim dengan penerapan motif batik Jlamprang melalui teknik bordir.
3. Pembuatan produk dalam penelitian ini mengacu pada teori dimensi kualitas produk David Garvin yang meliputi enam aspek yaitu: *performance*

(kinerja), *features* (fitur), *reliability* (keandalan), *conformance* (kesesuaian), *aesthetics* (estetika), dan *perceived quality* (kualitas yang dipersepsikan).

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengembangkan produk modular berupa tas yang dapat diubah menjadi obi.
2. Menghasilkan desain produk yang fungsional dan fleksibel melalui sistem modular.
3. Mengaplikasikan motif batik Jlamprang ke dalam produk *fashion* modern.

1.6 Kegunaan Penelitian

1. Menghasilkan produk *fashion* multifungsi sebagai alternatif desain yang menawarkan penggunaan lebih dari satu fungsi dalam satu produk.
2. Memberikan kontribusi inovasi desain yang menggabungkan fungsi, estetika, dan nilai budaya.
3. Menghadirkan eksplorasi penerapan motif Batik Jlamprang pada produk *fashion* modern sebagai upaya revitalisasi nilai estetika motif tradisional.