

**PENGEMBANGAN DESAIN BUSANA UNTUK UKM INDUSTRI FASHION DI SURABAYA JAWA TIMUR****Enrico, Dewa Made Weda Githapradana, Olivia Gondoputranto**

Desain Produk, Universitas Ciputra, Surabaya, Indonesia

*Email: enrico@ciputra.ac.id**Informasi Artikel****Abstrak****Kata kunci:**

Pengembangan, desain, busana, UKM, Surabaya

Diterima: 2024-04-18

Disetujui: 2024-05-14

Dipublikasikan: 2025-01-14

Industri fashion di Surabaya ataupun provinsi Jawa Timur semakin terus berkembang, tidak hanya di produk busana, tetapi banyak pengrajin / UKM yang bergerak di bidang tekstil wastra mulai memasuki bisnis pembuatan produk busana ataupun produk fashion lainnya. Dikarenakan wawasan yang masih baru mempelajari bidang desain fashion, banyak produk dan desain yang dihasilkan masih banyak yang belum memenuhi standar produksi dan kurang memiliki nilai estetik. Oleh karena itu diadakan rangkaian kegiatan bersama dengan mitra *Indonesia Fashion Chamber* Surabaya dengan beberapa tahap pelatihan/workshop mengenai pengembangan desain busana, mulai dari pemberian materi wawasan desain, praktik produksi dengan draping, pengolahan material, hingga presentasi produk sebagai tahap uji coba, dan evaluasi hasil pelatihan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan wawasan dan praktik para pengrajin / UKM di bidang desain fashion, sehingga produk yang dihasilkan dapat memiliki *value* lebih dari segi estetik desain dan inovasi produk. Dari kegiatan pelatihan ini menghasilkan desain busana yang dipresentasikan dalam acara fashion show *Spotlight* di Jakarta dan *East Java Fashion Harmony* 2023 di Pandaan Jawa Timur. Hasil produk busana dari pelatihan ini yang dipresentasikan merupakan langkah awal untuk para peserta untuk mencapai potensi yang lebih maksimal, menghasilkan produk busana yang inovatif, dan menjawab tuntutan pasar melalui kualitas desain busana yang unggul.

Abstract

The fashion industry in Surabaya or East Java province is growing, not only in fashion products, but many craftsmen / SMEs engaged in wastra textiles are starting to enter the business of making fashion products or other fashion products. Due to new insights into the field of fashion design, many of the products and designs produced still do not meet production standards and lack aesthetic value. Therefore, a series of activities were held together with Indonesia Fashion Chamber Surabaya partners with several stages of training/workshops on fashion design development, starting from the sharing of design insight, clothing production practice with draping, material processing, until product presentation as a trial stage, and evaluation of training results. This activity aims to improve the insight and practice of craftsmen / SMEs in the field of fashion design, so that the products produced can have more value in terms of aesthetic design and product innovation. The training resulted in fashion designs that were presented at the Spotlight fashion show in Jakarta and East Java Fashion Harmony in Pandaan, East Java. The fashion products from this training that were presented are the first step for the participants to reach their maximum potential, produce innovative fashion products, and answer market demands through superior quality fashion designs.

PENDAHULUAN

Salah satu sektor ekonomi kreatif (Ekraf) di Indonesia, salah satunya di kota Surabaya dan sekitarnya di provinsi Jawa Timur yang sedang mengalami perkembangan pesat adalah industri fashion. *Report BEKRAF* pada tahun 2017 menunjukkan bahwa penguatan eksport ekonomi kreatif didominasi oleh sektor fashion sebanyak 56% (Muis et al., 2020). Terlihat dari minat yang cukup tinggi dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) baik dari *start-up* ataupun sudah di tahap bisnisnya yang sudah jalan, menunjukkan bahwa potensi dan peluang yang besar yang dimiliki sektor ini. Jumlah *start-up* produk fashion yang mulai bermunculan di Jawa Timur selain mencerminkan perkembangan dan minat pelaku bisnis untuk terlibat dalam industri ini, juga menandakan bahwa gaya hidup masyarakat urban yang konsumtif membawa arus budaya modern dan kondisi kontradiktif dalam suatu wilayah (Gondoputranto, 2021). Masyarakat urban diidentikkan dengan budayanya yang serba cepat, modern, selalu berkaitan dengan teknologi dan gaya hidup yang selalu bersosialisasi (Wegig Murwonugroho et al., 2023).

Melalui observasi yang dilakukan, ditemukan bahwa beberapa UKM dan pengrajin tekstil wastra Indonesia, khususnya di Jawa Timur telah melakukan ekspansi jangkauan tipe bisnis mereka tidak hanya menjual kain/tekstil saja tetapi juga menjual produk fashion dengan menggunakan kain wastra yang dihasilkan (Handayani, 2015). Hal ini menunjukkan adanya tren diversifikasi usaha yang kini tidak hanya berfokus pada pengrajin saja, tetapi telah mencakup tahap produksi busana atau produk fashion lainnya.

Walaupun terdapat perkembangan positif dari perkembangan jumlah usaha dan diversifikasi produk yang dihasilkan, namun kualitas desain dan produk yang dihasilkan menjadi hal yang sangat perlu untuk ditingkatkan (Handayani et al., 2022). Mengingat pelaku industri fashion di Indonesia juga sangat banyak, sehingga sebuah brand membutuhkan nilai lebih untuk tampil menonjol tetapi tetap *marketable* (TJANDRAWIBAWA, 2018). Dikarenakan para pengrajin dan UKM tersebut tidak memiliki latar belakang pendidikan desain fashion, sehingga banyak produk yang dihasilkan merupakan hasil dari meniru produk brand fashion lainnya. Desain merupakan salah satu elemen kunci dalam membangun daya tarik produk dan menarik minat konsumen. Aktivitas desain dapat dikatakan sebagai “pemikiran, imajinasi, praktik secara sadar untuk menciptakan narasi yang bertujuan menghasilkan keseimbangan perubahan sosial, lingkungan, dan ekonomi yang positif (Mazzarella & Black, 2023). Dari hasil pengamatan yang didapat bahwa sebagian besar pelaku industri belum melakukan tahapan desain yang sesuai sehingga produk yang dihasilkan belum memenuhi standar kualitas yang baik dan kurang memiliki nilai estetik. Pendekatan desain juga merupakan salah satu strategi dalam mengembangkan fashion berkelanjutan (Handayani, 2022).

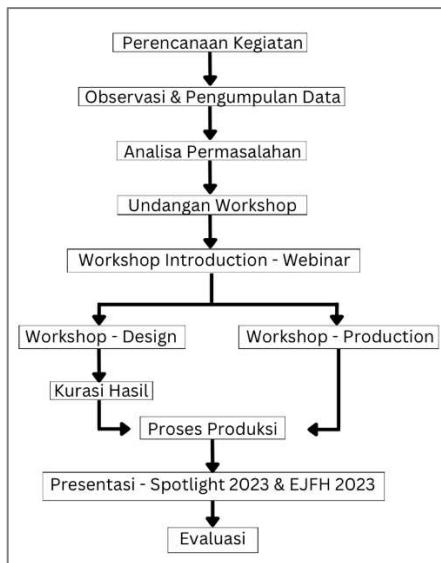
Kreativitas dan orisinal karya desain sangat mempengaruhi keberhasilan dalam industri fashion, tidak hanya ditentukan dari kualitas produk secara fisik (Bukantaitė & Sederevičiūtė-Pačiauskienė, 2021).

Oleh karena itu dibutuhkan upaya untuk meningkatkan wawasan dan ketrampilan dalam desain. Bersama dengan mitra pelaksana yaitu asosiasi *Indonesia Fashion Chamber (IFC)* Surabaya, kegiatan pelatihan/*workshop* pengembangan desain busana ini memfasilitasi tujuan tersebut dengan harapan dapat mengangkat standar kualitas desain dalam industri fashion para UKM dan pengrajin khususnya di Surabaya dan Jawa Timur, sehingga produk busana yang dihasilkan memiliki daya saing global dan memenuhi ekspektasi konsumen.

METODE

Pengabdian masyarakat berupa pelatihan pengembangan desain busana dilaksanakan dilakukan dengan mengikuti tahapan sebagai berikut:

1. Tahap perencanaan, dilakukan dengan melakukan observasi / pengamatan terhadap permasalahan yang terjadi pada UKM industri fashion di Surabaya dan beberapa pengrajin tekstil wastra yang ada di beberapa lokasi di Jawa Timur.
2. Identifikasi masalah, dari hasil observasi juga wawancara terhadap para UKM dan pengrajin tersebut ditemukan bahwa desain merupakan inti permasalahan dikarenakan mereka melakukan produksi busana tersebut dengan melihat desain-desain dari *brand* fashion lain dan meniru dengan tidak merubah model desain hanya mengganti dengan kain yang ada. Selain itu proses produksi busana juga menjadi faktor kendala dikarenakan banyak dari pelaku usaha dan pengrajin tersebut hanya belajar secara otodidak.
3. Menentukan solusi permasalahan, dari analisa tersebut maka berkolaborasi dengan asosiasi *Indonesia Fashion Chamber (IFC)* membuat rangkaian pelatihan terkait desain dan produksi produk fashion khususnya perancangan busana.
4. Pelaksanaan kegiatan, dilakukan dengan rangkaian *workshop* yaitu *webinar* untuk memperluas wawasan dasar industri fashion di Indonesia dan tren *modest fashion* yang digaungkan bahwa Indonesia akan menjadi pusat tren *modest fashion* dunia. *Workshop* meliputi pelatihan mengembangkan desain busana, proses produksi busana dengan teknik *draping*, dan praktik mengenai nilai jual produk busana. Hasil dari pengembangan desain para peserta selanjutnya dikurasi untuk diwujudkan menjadi produk busana dan dipresentasikan langsung pada market di acara *fashion show Spotlight* dan *East Java Fashion Harmony 2023*.
5. Evaluasi kegiatan, dari hasil yang telah dipresentasikan menjadi refleksi untuk mengembangkan bisnis yang telah dijalankan.



Gambar 1. Diagram Tahapan Kegiatan

Workshop pengembangan desain diawali dengan kegiatan webinar mengenai tren *fashion modest* yang banyak diminati pasar di Indonesia. Narasumber Ibu Alphiana yang merupakan anggota IFC menjelaskan hal mengenai peluang bisnis fashion yang salah satunya adalah jenis produk *modest* dikarenakan mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim dan kebutuhan akan busana *modest* sangat besar (Indarti & Peng, 2017). Dari kegiatan awal webinar tersebut, memancing antusias para peserta untuk melanjutkan dalam mengikuti kegiatan *workshop* berikutnya.



Gambar 2. Webinar Tren *Fashion Modest*

Setelah peserta mengikuti webinar, workshop pengembangan desain diadakan pada awal bulan Oktober 2023. Sebelum diadakan pendampingan, peserta dilengkapi dengan materi wawasan dasar desain fashion meliputi elemen dan prinsip perancangan desain fashion, metode perancangan desain fashion, pentingnya melihat tren fashion dan bagaimana mengaplikasikannya.



Gambar 3. Kegiatan Menjelaskan Materi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan *workshop* pengembangan desain busana bersama mitra *Indonesia Fashion Chamber* Surabaya melihat karena memang pentingnya desain sebagai elemen kunci dalam membangun daya tarik produk dan menarik minat konsumen. Sebelum *workshop* dilakukan, peserta diminta untuk membuat sketsa / ilustrasi fashion yang nantinya akan dikembangkan selama pendampingan dan kegiatan *workshop*.



Gambar 4. Ilustrasi Awal Peserta

Pada gambar tersebut, peserta melihat dari sumber *Pinterest* untuk desain busana dan kendala untuk menggambar figur. Desain yang merupakan elemen kunci membangun daya tarik produk juga merupakan media komunikasi desainer dengan klien atau *customer*, dan juga dengan bagian produksi yaitu yang membuat pola dan menjahit. Jika gambar ilustrasi tersebut diajukan atau dipresentasikan kepada klien, umumnya akan terjadi kendala dan kesalahpahaman dalam komunikasi sehingga ekspektasi klien tidak sesuai dengan produk yang diwujudkan dari gambar desain tersebut.

Wawasan dasar desain fashion menjadi materi awal yang disampaikan, untuk memahami elemen dan prinsip dalam merancang desain fashion. Berdasarkan tanya jawab dengan peserta, beberapa peserta dari daerah umumnya ingin menampilkan elemen secara maksimal, tetapi tidak memperhatikan

komposisi peletakan elemen-elemen desain tersebut. Metode perancangan desain fashion menjadi dasar cara peserta mengembangkan desain dari ilustrasi awal yang telah dibuat (Indarti, 2020), ada 2 cara yaitu dengan mengembangkan desain inisial dan dengan metode *mix & match* produk busana yang didesain. Dan penjelasan materi mengenai tren fashion berdasarkan *Fashion Trend Forecasting* 2024/2025 menjadi panduan peserta untuk mengembangkan desain merujuk pada tema budaya lokal (*localism*) di Indonesia, yang juga merupakan salah satu aspek dari fashion berkelanjutan (Handayani et al., 2020).



Gambar 5. Proses Mentoring Desain

Gambar 5 merupakan kegiatan pendampingan atau *mentoring* yang dilakukan tim narasumber kepada setiap peserta. Setelah penjelasan materi, peserta diinstruksikan untuk melakukan riset sekunder (*secondary research*) sederhana melalui *website* dan media sosial untuk melihat tren desain busana. Praktek mengembangkan desain busana dari ilustrasi awal dengan membuat 5 – 10 sketsa dan ditunjukkan saat melakukan mentoring. Beberapa peserta juga membuat *fabric manipulation* sebagai bentuk eksperimen (Burns, 2022) yang menjadi elemen untuk diterapkan pada desain busana seperti pada gambar 5. Eksperimen *fabric manipulation* dibuat dengan kain blacu atau kain sisa dengan ukuran minimal 10x10 cm. Dari proses *mentoring* peserta melakukan revisi desain sesuai masukan dari narasumber, umumnya dari bentuk siluet dan penempatan motif.

Setelah selesai membuat sketsa hasil pengembangan desain awal, proses kurasi dilakukan untuk memilih desain busana yang akan diwujudkan menjadi produk busana. Proses tersebut dilakukan diskusi dengan narasumber lainnya terkait adanya kebaruan, kesesuaian dengan tema yang akan dipresentasikan, dan koherensi setiap desain sehingga terlihat satu kesatuan jika diwujudkan dalam satu lini koleksi.



Gambar 6. Proses Komunikasi Desain

Proses pada gambar 6 merupakan proses komunikasi dengan bagian produksi yaitu pembuatan pola dan jahit dari hasil desain yang sudah terpilih dalam proses kurasi. Peserta juga diberi wawasan untuk membuat gambar teknis secara lengkap dan detail. Untuk memudahkan peserta tidak menggambar dari awal, diberikan template standar figur gambar teknis. Berikutnya dilakukan proses membuat *prototype* yang dilakukan tim narasumber dan juga peserta *workshop* (gambar 7).



Gambar 7. Proses Pembuatan Prototype

Presentasi hasil sebagai bagian dari uji coba dilakukan dalam bentuk peragaan busana (*fashion show*) pada acara *Spotlight 2023* dan *East Java Fashion Harmony 2023*. Sebanyak 8 karya busana hasil peserta diracik menjadi satu kesatuan koleksi dengan judul *Supreme Aloka* mengulas tentang filosofi / cerita Jawa kuno yang dikemas dalam produk busana kontemporer menyesuaikan tren fashion saat ini (gambar 8). Motif pada busana merupakan pengembangan motif batik dari cerita dan kesusastraan kerajaan Majapahit yang rumit dan dikemas lebih modern (Sungkar, 2023; Wahyudi & Munandar, 2023).



Gambar 8. Presentasi Hasil di *Spotlight* 2023

Dari proses dan hasil yang telah dipresentasikan tersebut, pelaksanaan kegiatan pengembangan desain busana bagi UKM industri fashion di Surabaya mendapat respon positif dari pasar, hal ini ditunjukkan dari liputan media-media dan penjualan.

KESIMPULAN

Hasil observasi yang menunjukkan terdapat kendala signifikan terhadap kualitas desain pada produk busana yang dihasilkan oleh UKM industri fashion di Surabaya dan daerah lainnya di Jawa Timur menjadikan kegiatan pelatihan ini terealisasi dengan baik dan mendapatkan hasil yang positif. Peningkatan standar desain juga sebagai elemen kunci untuk pemberdayaan industri fashion Indonesia agar dapat bersaing secara global. Dalam hal ini, kolaborasi pelaku industri, akademisi, dan praktisi desainer fashion akan memperkuat jaringan industri dan dapat memperluas wawasan. Hasil produk busana dari pelatihan ini yang dipresentasikan merupakan langkah awal untuk para peserta untuk mencapai potensi yang lebih maksimal, menghasilkan produk yang inovatif, dan menjawab tuntutan pasar melalui kualitas desain busana yang unggul.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada mitra pelaksana yaitu Indonesia Fashion Chamber Surabaya yang telah membantu sebagai mentor praktisi dan juga LPPM Universitas Ciputra.

DAFTAR PUSTAKA

- Bukantaitė, S., & Sederevičiūtė-Pačiauskienė, Ž. (2021). Fashion industry professionals' viewpoints on creativity at work. *Creativity Studies*, 14(1).
<https://doi.org/10.3846/cs.2021.14277>
- Burns, A. (2022). Rethinking Fabric: The Application of Fabric Manipulation Techniques in Fashion Design Education. *International Journal of Art and Design Education*, 41(1).
<https://doi.org/10.1111/jade.12375>
- Gondoputranto, O. (2021). Practice and Implementation of Glocalization in the Field of Indonesian Contemporary Fashion (implementation of Pierre Bourdieu's Interrelated Concept). *ASIAN DESIGN CULTURE SOCIETY*, 17–24.
<https://www.researchgate.net/publication/366464301>

- Handayani, R. B. (2015). THE INFLUENCE OF YOUNG ENTREPRENEURS IN UTILIZING THE POTENTIAL OF INDONESIAN CULTURE AND CRAFTSMANSHIP. *International Conference on Creative Industry*, 307–310.
- Handayani, R. B. (2022). ANALISIS PENGEMBANGAN DESAIN FASHION BERKELANJUTAN DI INDONESIA. *Narada : Jurnal Desain Dan Seni*, 9(1), 95.
<https://doi.org/10.22441/narada.2022.v9.i1.008>
- Handayani, R. B., Enrico, E., & Githapradana, D. M. W. (2022). Perancangan panduan desain produk fesyen untuk mata kuliah berbasis studio di masa pandemi Covid 19: Studi kasus mata kuliah Visual Study di Universitas Ciputra. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan Dan Perancangan Produk)*, 5(1). <https://doi.org/10.24821/productum.v5i1.5042>
- Handayani, R. B., Hutama, K., & Sunarya, Y. Y. (2020). MATRIKS STRATEGI IMPLEMENTASI PERANCANGAN FASHION BERKELANJUTAN. *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 3(1). <https://doi.org/10.25105/jsrr.v3i1.8291>
- Indarti, I. (2020). Metode Proses Desain dalam Penciptaan Produk Fashion dan Tekstil. *BAJU: Journal of Fashion & Textile Design Unesa*, 1(2). <https://doi.org/10.26740/baju.v1n2.p128-137>
- Indarti, & Peng, L. H. (2017). Bridging local trend to global: Analysis of Indonesian contemporary modest fashion. *Proceedings of the 2017 IEEE International Conference on Applied System Innovation: Applied System Innovation for Modern Technology, ICASI 2017*. <https://doi.org/10.1109/ICASI.2017.7988267>
- Mazzarella, F., & Black, S. (2023). Fashioning Change: Fashion Activism and Its Outcomes on Local Communities. *Fashion Practice*, 15(2), 230–255.
<https://doi.org/10.1080/17569370.2022.2095729>
- Muis, A. R. C., Harahap, A. M., & Hakiem, F. N. (2020). Sustainable Competitive Advantage of Indonesia's Creative Economics: Fashion Sub-Sector. *Tourism and Sustainable Development Review*, 1(2), 76–86. <https://doi.org/10.31098/tsdr.v1i2.12>
- Sungkar, A. (2023). Batik di Jawa. *Dekonstruksi*, 9(04), 58–62.
<https://doi.org/10.54154/dekonstruksi.v9i04.191>
- TJANDRAWIBAWA, P. (2018). MOTIF TEKSTIL SEBAGAI VALUE PROPOSITION KOLEKSI BRAND FESYEN YANG MARKETABLE. *Serat Rupa Journal of Design*, 2(1).
<https://doi.org/10.28932/srjd.v2i1.475>
- Wahyudi, D. Y., & Munandar, A. A. (2023). Majapahit: Reflection of the Religious Life (14th–15th AD). In *Proceedings of the fourth Asia-Pacific Research in Social Sciences and Humanities, Arts and Humanities Stream (AHS-APRISH 2019)* (pp. 104–115). Atlantis Press.
https://doi.org/10.2991/978-2-38476-058-9_10
- Wegig Murwonugroho, Yan Yan Sunarya, Enrico, Evan Raditya Pratomo, Marina Wardaya, Rahayu Budhi Handayani, & Rendy Iswanto. (2023). *Budaya urban : gaya hidup masyarakat urban di ruang publik* (W. Murwonugroho, Ed.). Cantrik Pustaka.