

Peluang Usaha Pada Industri Kreatif di Bidang Busana

Endang Prahastuti
TI-FT-UM

ABSTRAK

Busana adalah salah satu kebutuhan pokok manusia, dengan demikian produk busana merupakan salah satu produk yang akan selalu berkembang sesuai perkembangan peradaban manusia. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadi dasar bagi masyarakat Indonesia untuk bergegas menyiapkan sumber daya manusia yang trampil dan kreatif menuju suatu tatanan industri kreatif yang pada satu sisi mampu meningkatkan pendapatan sektor ekonomi, sementara pada sisi lain akan menaikkan citra bangsa dimata dunia. Industri busana merupakan rantai pasok yang sangat panjang dan rumit, sehingga terdapat banyak peluang untuk menciptakan industri kreatif di bidang busana.

Kata Kunci: busana, peluang industri kreatif

PENDAHULUAN

Peradaban manusia kian hari semakin berkembang ke arah yang lebih efisien. Semua sektor secara otomatis terdorong ke arah globalisasi sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Sektor ekonomi adalah salah satu sektor yang mau tidak mau dituntut untuk berkembang secara global. Semua orang harus selalu kreatif agar bisa sejalan dengan proses globalisasi. Perkembangan industri saat ini telah sampai pada suatu pola kerja, produksi, dan distribusi yang lebih efisien dan tentu saja jauh lebih murah dibanding satu abad yang lalu.

Industri merupakan proses penciptaan barang dan jasa yang mempunyai nilai tambah (*value added*). Sedangkan kreatif berarti create yaitu proses menciptakan sesuatu. Industri Kreatif berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat, dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual. industri kreatif adalah bagian yang

tidak terpisahkan dari ekonomi kreatif ([http:// aguswibisono.com/industri-kreatif-indonesia.2010](http://aguswibisono.com/industri-kreatif-indonesia.2010))

Sebagai pendidik, ada suatu misi tambahan untuk tidak sekedar meluluskan maha-siswa tepat pada waktu yang telah ditentukan, namun seyogyanya harus dapat menjadikan mereka lulusan yang mampu berkreasi di masa yang akan datang. Agar dapat menjadi pelaku industri yang kreatif orang tidak cukup sekedar lulus pendidikan formal saja. Sisi sisi kreatif harus senantiasa terasah sebelum mereka lulus.

Industri busana adalah salah satu dari 14 jenis sub sektor industri yang menjadi perhatian Departemen Perdagangan Indonesia(<http://www.depdag.go.id>). Bidang busana dipandang sebagai salah satu sub sektor yang sangat berpotensi untuk diolah menjadi sub sektor industri kreatif yang dapat meningkatkan laju sektor ekonomi negara.

Industri Kreatif

Industri kreatif tersusun dari unsur kreativitas, keahlian dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Industri kreatif terdiri dari penyediaan produk kreatif langsung kepada pelanggan dan pendukung penciptaan nilai kreatif pada sektor lain yang secara tidak langsung berhubungan dengan pelanggan. Produk kreatif mempunyai ciri-ciri: siklus hidup yang singkat, risiko tinggi, margin yang tinggi, keanekaragaman tinggi, persaingan tinggi, dan mudah ditiru ([http:// togarsimatupang.industri-kreatif-jawabarat,mht](http://togarsimatupang.industri-kreatif-jawabarat,mht))

Keunggulan Industri kreatif adalah tidak terlalu tergantung pada besaran modal. Tumpuan utama industri kreatif adalah pada kreatifitas pada produk maupun pengelolaan. Oleh karena itu para pelaku industri kreatif diharapkan memahami ruang lingkup bidang industri yang akan

dikembangkan. Dalam pembahasan ruang lingkup akan menjadi jelas materi maupun alur rantai pasok produk yang dimaksud.

Ruang Lingkup Industri Busana

Busana, menurut masyarakat awam pada umumnya sama dengan pakaian, sehingga perlengkapan dalam berbusana seperti tas, ikat rambut, gelang, kalung dan cincin masuk ke dalam katagori aksesoris, sedangkan rias wajah dan rambut masuk dalam bahasan tata rias. Dalam dunia fashion (busana), bahasan tentang pakaian beserta perlengkapannya menjadi suatu kumpulan bahasan yang saling terkait sehingga yang dimaksud busana adalah segala sesuatu yang dikenakan manusia mulai dari ujung rambut sampai ujung kaki .

Hasson (2008: 61) sebagai *founder* dari Sophie Martin dalam buku *Fashion Branding* akhirnya menemukan kata kunci bahwa industri busana adalah *branded business*. Artinya, produk dalam suatu industri busana harus dapat memberikan manfaat baik secara emosional maupun fungsional sesuai dengan harapan yang terbentuk di benak konsumen melalui pengenalannya dengan merek dagang produk tersebut.

Ditinjau dari sisi pengelolaan yang lebih luas, industri busana adalah suatu usaha dalam bidang busana yang *profit oriented* ,yang melibatkan unsur artistik, teknologi, psiko- sosial dan manajemen yang saling terkait . Dickerson , dalam bukunya *Inside The Fashion Business* mengatakan bahwa: *fashion industri is composed of many segments that must work together to provide fashion goods to consumer* (2003:3). Masing masing unsur dalam suatu industri akan saling berpengaruh satu dengan yang lain sehingga produk akhir yang sampai kepada konsumen akan sangat tergantung pada kerjasama antar unsur unsur yang dikelola dengan prinsip pengelolaan yang tepat. Industri busana selalu berawal dari asal serat, pembuatan kain,

proses produksi, dan berakhir pada lini penjualan . Tujuan akhir yang ingin dicapai adalah menghasilkan produk yang diinginkan konsumen.

1. Pemahaman Tentang Serat

Dengan memahami serat akan lebih mudah mengambil keputusan tentang jenis produk industri busana yang akan diproduksi. Pemahaman tentang serat akan diketahui apakah bahan baku yang digunakan tersedia dalam sediaan yang bersifat terbatas atau tidak terbatas. Secara umum serat terbagi menjadi dua golongan besar, yakni serat alam (natural fibers) dan serat buatan (manmade fibers) . Adapun skema klasifikasi serat menurut Corbman (1985) adalah sebagai berikut

Tabel 1. Klasifikasi Serat

Golongan	Jenis serat	Nama serat	Komposisi/sumber
Serat alam	Tanaman	Katun	<i>Cotton ball</i>
		Linen	<i>Flax stalk</i>
		Jute	<i>Jute stalk</i>
		Hemp	<i>Hemp or Abaca stalk</i>
		Sisal	<i>Agave</i>
		Kapuk	<i>Kapok Tree</i>
		Rami	<i>Rhea or China grass</i>
		Coir	<i>Coconut husk</i>
		Pina	<i>Pineapple leaf</i>
	Hewan	Wool	<i>Sheep</i>
		Sutra	<i>Silkworms</i>
		Bulu	<i>Hairbearing animal</i>
	Mineral	Asbestos	<i>Cilicate of magnesium and calsium</i>
Serat Buatan	Cellulosic	Rayon	<i>Cotton linters of wood</i>
		Acetat	<i>Cotton linters of wood</i>
		Triacetat	<i>Cotton linters of wood</i>
	Non cellulosic polymer	Nylon	<i>Aliphatic polyamide</i>
		Aramid	<i>Aromatic polyamide</i>
		Polyester	<i>Dihydric alcohol</i>
		Acrylic	<i>Acrylonitrile at least 85%</i>
		Modacrylic	<i>Acrylonitrile 35-84%</i>
		Spandex	<i>Polyurethane at least 85%</i>
		Olefin	<i>Ethylene or propylene at least 85%</i>

		<i>Vinyon</i>	<i>Vinyl chloride at least 85%</i>
		<i>Saran</i>	<i>Vinylidene chloride at least 80%</i>
		<i>Novoloid</i>	<i>Phenol based novolac</i>
		<i>Polycarbonate</i>	<i>Carbonic acid</i>
		<i>Polybenzimidazole</i>	<i>Tetraminobiphenyl diphenil isophthalate</i> n
		<i>Alginate</i>	<i>Calcium alginate</i>
		<i>Fluorocarbon</i>	<i>Tetrafluoroethylene</i>
		<i>Graft</i>	<i>Molecular graft of polymer</i>
		<i>Matrix</i>	<i>Micxture of polymers</i>
		<i>Anidex</i>	<i>Monohydric alcohol n acrylic acid</i>
		<i>Lastrile</i>	<i>Acrylonitrile 10-50% n a dience</i>
		<i>Nytril</i>	<i>Vinylidene dinitrile at least 85%</i>
		<i>Vinal</i>	<i>Vinyl alcohol at least 50%</i>
	<i>Protein</i>	<i>Azilon</i>	<i>Corn, soybean, etc</i>
	<i>Rubber</i>	<i>Rubber</i>	<i>Natural or synthetic rubber</i>
	<i>Metallic</i>	<i>Metal</i>	<i>Aluminium, silver, gold, stainless steel</i>
	<i>Mineral</i>	<i>Glass</i>	<i>Silica sand, limestone, other minerals</i>
		<i>Ceramic</i>	<i>Aluminium, silica</i>
		<i>Graphite</i>	<i>Carbon</i>

2. Pembuatan Kain (*Textiles*)

Berbagai bahan dasar serat kemudian diolah menjadi lembaran kain. Dalam proses membuat kain ada 3 masalah yang berperan penting yakni: *Textiles Classification, Finishing Processes, Consumer Information*.

Secara garis besar kain diproduksi untuk dua golongan tujuan penggunaan. Klasifikasi yang pertama adalah golongan kain untuk busana (*apparel*) dan yang kedua adalah golongan kain untuk penggunaan selain busana (*non apparel*). Berikut ini adalah tabel penggunaan *apparel textiles* dan *non apparel textiles*.

Tabel 2. Penggunaan *Apparel Textiles* Dan *Non Apparel Textiles*

Klasifikasi	Penggunaan
<i>Apparel Textiles</i>	Kemeja, Celana, Dress, Jaket, dll
	Kerudung
	Pakaian Dalam
	Aksesoris
	Aksesoris
<i>Non Apparel Textiles</i>	Tirai
	Sarung bantal
	Taplak meja
	Cover kursi, pelapis jok
	Tas
	Sepatu
	Lenan dapur

Klasifikasi tersebut memberi gambaran yang tidak terlalu mutlak dalam masalah penggunaan, namun ada baiknya dipahami bahwa secara industri sudah disusun rangkaian serat dengan sifat sifat tertentu sehingga aman dipergunakan untuk pakaian. Pada sisi lain tersedia pula susunan rangkaian serat serat dengan kekuatan tertentu yang cocok untuk produk non pakaian seperti pelapis jok, tas, dan sepatu.

Ada kalanya bahan dasar serat yang dipakai dari bahan yang sama namun dengan *finishing processes* yang berbeda akan menghasilkan klasifikasi kain yang berbeda. *Finishing processes* adalah suatu proses penyempurnaan kain, ada tiga jenis proses penyempurnaan kain yakni: *Functional effect* , *Dyeing*, *Printing* dan *flocking*.

Functional effect, yaitu proses penyempurnaan kain berdasarkan tujuan penggunaan kain tersebut. Contoh penyempurnaan kain yang berbasis *functional effect* adalah: anti kusut, anti susut, waterproof (Corbman, 1985: 180-188).

Mengacu pada perputaran mode, biasanya suatu industri juga menyempurnakan kain dengan pewarnaan (*dyeing*) untuk meningkatkan nilai jual. Metode pewarnaan berdasarkan level

pembuatan kain yakni: *Stock dyeing, Top dyeing, Yarn dyeing, Piece dyeing, Solution pigmentation, dan Garment dyeing* (Corbman, 1985: 212). Jadi, pewarnaan dapat dilakukan sebelum serat dipintal, dalam bentuk benang, maupun setelah serat terbentuk menjadi lembaran lembaran kain.

Printing dan flocking adalah proses penyempurnaan kain dengan cara memberikan motif pada kain. Pemberian motif dapat dilakukan hanya di permukaan kain (*printing*), maupun motif yang terbentuk pada anyaman serat kain (*flocking*)

Sebelum melangkah pada proses produksi busana harus dipahami terlebih dahulu masalah *consumer information* tentang kain. Beberapa contoh masalah kain yang perlu diperhatikan adalah: elastisitas kain, kekuatan kain, kekuatan setrika, perawatan kain, saran penggunaan kain dan segala sesuatu yang berhubungan dengan informasi tentang sifat dan karakteristik kain.

3 Proses Produksi dan Penjualan

Produk busana tidak dalam dipisah dengan bahasan tentang proses penjualan produknya. Dalam skala industri, barang diproduksi dengan mengacu pada pengelolaan input (*man, money, machines, materials, environment*), pengelolaan suppliers, out put yang diharapkan dan proses pendistribusian produk.

Peluang Usaha pada Industri Kreatif Bidang Busana

Sedemikian luas dan panjangnya ruang lingkup industri busana yang dapat memberi peluang pada kita untuk memulai usaha pada industri kreatif di bidang busana. Berikut ini contoh peluang usaha pada industri kreatif bidang jasa busana dan produk busana.

1. Industri kreatif bidang jasa busana

- a. Jasa konsultasi warna
- b. Jasa konsultasi desain busana
- c. Jasa desainer tekstil
- d. Jasa desainer hiasan, ornament
- e. Jasa desainer batik
- f. Jasa desainer renda
- g. Jasa desainer bordir
- h. Jasa desainer aksesoris/perhiasan
- i. Jasa konsultan plan layout produksi busana
- j. Jasa layanan perawatan busana

2. Industri kreatif produk pakaian jadi

- a. Produk pakaian daerah
- b. Produk pakaian pasien rumah sakit
- c. Produk pakaian ibu hamil
- d. Produk pakaian anak
- e. Produk pakaian olah raga
- f. Produk pakaian berbasis bordir
- g. Produk pakaian berbasis limbah/perca
- h. Produk pakaian seragam kantor
- i. Produk pakaian upacara keagamaan
- j. Produk pakaian pengantin

3. Industri kreatif produk pelengkap busana

- a. Produk aneka pelengkap busana berbahan rajutan
- b. Produk aneka pelengkap busana patchwork
- c. Produk tas dan sepatu kulit
- d. Produk aneka pelengkap busana berbahan batik tulis
- e. Produk aneka pelengkap busana berbahan kain tradisional

- f. Produk aneka pelengkap busana dari serat alam(agel, enceng gondok)
- g. Produk aneka pelengkap busana berbahan keramik
- h. Produk aneka pelengkap busana berbahan limbah plastik
- i. Produk aneka selendang berbahan limbah benang
- j. Produk aneka pelengkap busana berbahan manik manik sisa kayu

Kelebihan industri kreatif di bidang busana

Dari beberapa contoh tersebut banyak diantaranya adalah industri kreatif dengan modal ringan, menggunakan teknologi tepat guna yang padat karya, dan penggunaan bahan baku limbah. Industri kreatif di bidang busana mempunyai peluang pasar yang tidak terbatas. Ditinjau dari sisi pendapatan, dengan mengembangkan usaha pada industri kreatif di bidang busana ikut membantu meningkatkan pendapatan masyarakat marjinal.

Industri kreatif di bidang busana lebih banyak mengandalkan kreatifitas pelakunya sehingga pada di masa depan bangsa kita diharapkan menjadi bangsa yang lebih tangguh menghadapi tantangan keterbatasan sumber daya alam dan lebih bermartabat.

SIMPULAN

1. Industri kreatif di bidang busana merupakan salah satu jenis industri yang sangat strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi mikro maupun makro.
2. Industri kreatif di bidang busana adalah industri berwawasan ke depan yang berbasis pada daya kreasi bangsa.
3. Banyak jenis industri kreatif membantu mendaur ulang limbah sehingga mengurangi beban sampah lingkungan.
4. Masih banyak jenis industri kreatif di bidang busana yang belum dikembangkan secara maksimal.

5. Diperlukan kemauan keras untuk memulai berusaha pada industri kreatif di bidang busana.
6. Industri Kreatif di bidang busana tidak mutlak memerlukan modal besar.

REFERENSI

- Anonymous, 2010. *The Basic Handbook of Apparel*. Reinvent garment
- Corbman, B.P. 1985. *Textiles: Fiber to Fabric*. Singapore: McGraw-Hill Book Company
- Dickerson, K.G. 2003. *Inside The Fashion Bisnis*. New Jersey: Pearson Education, Inc
- Hasson, Bruno. 2008. Fashion Branding: 7 jurus sukses *branding* bisnis MLM *fashion*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- [http// aguswibisono.com.industri-kreatif-indonesia.2010](http://aguswibisono.com/industri-kreatif-indonesia.2010), diakses 18NOPEMBER 2011
- [http// togarsimatupang.industri-kreatif-jawabarat,mht](http://togarsimatupang.industri-kreatif-jawabarat,mht), diakses 18NOPEMBER 2011
- <http://www.depdag.go.id>., diakses 18Nopember 2011

