

## Nesthika: Bisnis Kreatif Lanyard Pocket dengan Aksen Batik Etnik Indonesia

Atika Sholehaturrizqi dan Joni Agung Sudarmanto

Universitas Negeri Malang, Malang

atika.sholehaturrizqi.2002536@students.um.ac.id; joniagung.fs@um.ac.id

---

### Abstrak

Indonesia merupakan negara yang kaya akan suku bangsa dan potensi budaya didalamnya. Salah satu budaya Indonesia yaitu batik, batik merupakan perpaduan antara seni dan teknologi oleh leluhur bangsa Indonesia sekaligus mewakili citra khas Indonesia di mata dunia. Akan tetapi arus globalisasi yang terjadi saat ini kian lama mengarahkan kita kepada peradaban yang lebih modern dan lebih menjurus pada budaya barat. Sehingga menyebabkan tergesernya budaya lokal dengan budaya barat dalam aspek kehidupan. Masyarakat lebih memilih menggunakan busana trend fashion yang bersumber pada media sosial dari pada menggunakan batik, karena mereka menganggap batik terkesan kuno dan tidak modern. Nesthika merupakan sebuah inovasi baru yang dapat menjadi solusi permasalahan tersebut. Nesthika merupakan pocket dengan lanyard yang bergaya desain casual dan terdapat sentuhan unsur budaya yakni batik. Usaha ini tidak hanya bertujuan untuk mensejahterahkan sumber daya manusia saja melainkan juga bertujuan dapat memberikan sebuah pembelajaran mengenai budaya batik Indonesia, sehingga budaya batik dapat dilestarikan oleh masyarakat dimasa modern ini.

**Keywords:** industri kreatif, batik, tas

### 1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan suku bangsa dan potensi budaya didalamnya. Keanekaragaman budaya meliputi adat istiadat, bahasa, kesenian, bangunan, perkakas, dan lain sebagainya. Salah satu budaya Indonesia yaitu batik, batik merupakan perpaduan antara seni dan teknologi oleh leluhur bangsa Indonesia sekaligus mewakili citra khas Indonesia di mata dunia. Batik Indonesia memiliki motif yang beragam disetiap daerahnya dan menjadikan ciri khas pada daerah tersebut. Berdasarkan pendataan yang dilakukan oleh situs [www.budaya-indonesia-org](http://www.budaya-indonesia-org) sedikitnya terdapat 5.849 motif batik yang terdokumentasikan. Batik juga telah ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity) oleh UNESCO sejak 2 Oktober 2009. Dikutip dari Kompas.com, Menteri Luar Negeri (Menlu) Retno Marsudi menuturkan bahwa pengakuan tersebut dinilai sebagai berkah dan tantangan bagi Indonesia. Hal ini lantaran Indonesia harus terus merawat dan melestarikan kesenian batik Indonesia ditengah arus globalisasi ini.

Arus globalisasi yang terjadi saat ini kian lama mengarahkan kita kepada peradaban yang lebih modern dan lebih menjurus pada budaya barat. Hal ini hampir terjadi disemua aspek kehidupan, sehingga menyebabkan tergesernya budaya lokal dengan budaya barat. Aspek pada subsektor industri tekstil dan busana contohnya, saat ini perkembangan dunia industri tekstil dan busana di Indonesia kian meningkat ditandai munculnya berbagai retailer yang menjual berbagai brand fashion seperti Bonia, Espada, Guess, Executive, Next, Calvin Klein, dll. Fashion sudah menjadi gaya hidup dan suatu kebutuhan dalam kehidupan

masyarakat. Masyarakat lebih memilih menggunakan busana trend fashion yang bersumber pada media sosial daripada menggunakan batik, karena mereka menganggap batik terkesan kuno dan tidak modern.

Sebagai salah satu solusi dari masalah tersebut maka dibentuklah inovasi baru yang dapat menumbuhkan rasa memiliki dan bangga akan kebudayaan bangsa Indonesia, serta mampu membuat industri batik di dalam negeri semakin berdaya saing. Sebab, industri batik itu sendiri merupakan bagian dari subsektor industri tekstil dan busana, yang menjadi salah satu andalan dalam implementasi peta jalan Making Indonesia 4.0. inovasi tersebut adalah sebuah saku gantung bermotif batik yang disebut dengan NESTHIKA: "Indonesian Ethnic Batik Pocket with Lanyard".

Peran Nesthika dalam pelestarian budaya batik itu sendiri yaitu melalui inovasi produk budaya batik yang mengikuti trend masa kini, serta di tambah lagi dengan sisipan edukasi yang dapat memberikan wawasan kebudayaan, menumbuhkan rasa memiliki, dan bangga akan batik Indonesia. Produk ini di desain minimalis dan simple sehingga dapat menyesuaikan dengan trend masa kini. Nesthika ini diadaptasi dari gaya street art yang sangat populer dari masa ke masa dan dengan tambahan ornamen-ornamen batik yang memberi kesan kebudayaan.

Selain desainnya yang trendy produk ini juga dapat memperkenalkan kembali budaya batik Indonesia yang diharapkan dapat menumbuhkan rasa cinta terhadap budaya batik itu sendiri. Hal ini didukung dengan adanya unsur edukasi berupa wawasan mengenai batik Indonesia, serta ajakan untuk mencintai dan melestarikan batik yang disajikan melalui QR Code (Quick Response Code) pada ID card yang diletakkan didalam kantung. Dengan begitu, selain dapat melatih kewirausahaan mahasiswa, diharapkan edukasi yang diberikan secara tidak langsung dapat mengatasi krisis budaya yang terjadi di Indonesia. Sebab, pendidikan tidak hanya dapat diberikan melalui pendidikan formal, namun juga dapat melalui hal sederhana dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dalam artikel ini penulis akan mendeskripsikan usaha inovasi kreatif Nesthika : Indonesian Ethnic Batik Pocket With Lanyard.

## 2. METODE

Usaha Nesthika merupakan produksi barang pocket atau tas mini yang didesain melalui akulturasi dua budaya yakni budaya art street atau casual yang sangat digemari oleh masyarakat dan budaya batik Indonesia yang akan dipadukan dengan look yang lebih modern. QR Code ditambahkan sebagai bonus disetiap pembelian pocket. QR Code berisikan pembelajaran atau pengetahuan mengenai Budaya Batik Indonesia

Untuk detail proses yang dilakukan untuk memproduksi Nesthika ini adalah sebagai berikut:

### 2.1 Membeli Bahan Baku

Bahan baku yang utama yaitu berupa kain yang nantinya digunakan untuk pocket seperti kain kanvas, polyester, dan sebagainya. Kemudian untuk aksesoris tambahannya seperti kain batik, tali lanyard, dan sejenisnya.

### 2.2 Mengerjakan Produksi

Produksi produk meliputi sketsa desain produk dan selanjutnya diaplikasikan pada media dengan cara menjahit bahan baku.

## 2.3 Pemasaran Produk

Pemasaran produk ke calon konsumen, dapat secara online maupun offline.

## 2.4 Bekerja Sama dengan Perusahaan Batik dan Mencari Karyawan

Kain batik didapatkan dari perusahaan kecil pengrajin batik sehingga dapat saling bekerja sama untuk menyukseskan usaha. Kemudian untuk karyawan difokuskan kepada orang-orang yang memiliki keterampilan menjahit dan juga kepada mereka yang memiliki kemauan untuk mempelajari keterampilan menjahit.

## 2.5 Produksi Produk Secara Berkelanjutan dan Mencari Ide Desain Produk Baru

Setelah produk-produk berhasil terjual dan arus perputaran produksi lancar, maka langkah selanjutnya adalah mencari ide-ide mengenai desain produk baru yang akan diproduksi. Hal ini bertujuan untuk mencegah produk yang monoton dan mencegah rasa bosan masyarakat.

## 2. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Jenis dan Spesifikasi Produk

Produk yang “Nesthika” produksi disini merupakan barang-barang fashion dengan tambahan unsur batik.

#### 3.1.1 Pocket with lanyard

Pocket ini dibuat dengan bahan utama yakni kain kanvas dengan tambahan kain batik modern tanpa membuat produk ini terlihat kuno. Produk ini sama sekali tidak terlihat kuno, karena didesain secara lebih modern dan fashionable.



Gambar 1. Contoh produk pocket

#### 3.1.2 Mini Bag with lanyard

Hampir sama dengan produk sebelumnya, desain mini bag ini juga memperhatikan look yang fashionable dan modern. Perbedaan dengan produk yang pertama yakni dari segi ukuran yang lebih besar.



**Gambar 2. Contoh produk mini bag**

### *3.1.3 Wallet with lanyard*

Wallet ini memiliki ukuran terkecil dari produk sebelumnya. Terdapat dua tipe yakni pada aksesoris batik terdapat pada lanyard; kemudian untuk tipe yang kedua aksesoris batik terdapat pada wallet.



**Gambar 3. Contoh produk wallet**

Ketiga produk diatas mewakili contoh dari setiap desain produk yang ada, tipe dan motif batik yang digunakan bervariasi bertujuan untuk menghindari kesan bosan yang dirasakan oleh customer.

## **3.2 Marketing dan Sales Strategy**

### *3.2.1 Trend dan pertumbuhan pasar*

Industri tekstil dan fashion menjadi andalan implementasi peta jalannya industri 4.0 masa kini. Produk kasual yang lebih mengutamakan kesederhanaan dan kegunaannya menjadi salah satu pilihan dalam menunjang fashion. Pilihan desain modern juga menjadi salah satu opsi yang sering kali digunakan oleh masyarakat saat ini. Hal ini menunjukkan bahwa suatu produk yang sederhana, berguna, dan modern merupakan suatu yang digemari oleh masyarakat untuk menunjang gaya hidup mereka.

### *3.2.2 Lingkungan persaingan*

Usaha pocket lanyard sudah ada beberapa, akan tetapi yang mengkombinasi dengan batik sangat jarang. Produk Nesthika menggunakan kombinasi kain batik dengan desain yang lebih modern, dengan kualitas kain yang tidak mudah luntur dan terjamin. Sehingga persaingan dengan perusahaan pesaing kecil.

### *3.2.3 Penghalang bisnis*

Tidak ada penghalang bisnis yang secara langsung berhadapan dengan pruduk ini.. Sementara untuk penghalang lain dari luar produksi produk yakni pesaing yang meniru konsep bisnis Nesthika.

### *3.2.4 Peluang usaha jangka panjang*

Usaha ini memiliki peluang usaha jangka panjang, karena terus bertambahnya kebutuhan masyarakat akan pruduk tersier, terutama dalam urusan fashion. Bahan baku yang digunakan untuk memproduksi barang juga tersedia dalam jumlah yang banyak sehingga tidak akan mengalami hambatan dalam proses pembuatannya. Selain sumber daya alamnya yang tersedia banyak, dalam memproduksi barang sumber daya manusianya juga tidak terdapat kendala, karena keterampilan menjahit dapat diajarkan untuk seterusnya.

### *3.2.5 Segmentasi*

Segmentasi dari produk Nesthika ini adalah kalangan menengah dan menengah atas yang menyukai fashion dan memiliki apresiasi terhadap budaya di Indonesia. Sasaran utama produk ini yaitu para remaja, karena produk ini didesain dengan gaya art style modern yang lebih disukai oleh para remaja.

### *3.2.6 Target pasar*

Produk akan dipasarkan kepada calon pembeli yang berbelanja di tempat-tempat berkelas menengah hingga atas dan sering mengunjungi bazar. Produk juga dipasarkan melalui media sosial sosial seperti Instagram dan Facebook yang akan menjadi target pasar dari produk ini.

### *3.2.7 Positioning*

Produk Nesthika diposisikan sebagai produk inovatif, kreatif, dan juga sebagai bentuk pelestarian budaya Indonesia. Inovasi kain batik yang dikombinasikan dengan model tas yang kasual menjadi ciri khas dari produk Nesthika itu sendiri. Selain itu terdapat bonus konten edukasi mengenai keberagaman budaya batik yang diharapkan juga menjadi alasan untuk melestarikan, membanggakan dan mencintai batik Indonesia.

## **3.3. Solusi Pengembangan Usaha Jangka Pendek – Panjang**

### *3.3.1 Menambah variasi produk yang inovatif dan berkualitas.*

Menambahkan variasi produk bertujuan agar konsumen tidak merasa bosan dengan produk yang dijual. Barang yang diproduksi tidak hanya seperti tas atau pocket saja, melainkan juga akan memproduksi barang seperti baju atau kaos yang bergaya kasual dengan diberi sentuhan-sentuhan yang memberikan kesan keren dan cinta akan budaya Indonesia. Produk juga disertai ornamen batik yang terlihat modern tanpa harus meninggalkan ciri khas dari batik itu sendiri.

### *3.3.2 Membuka kursus bagi yang ingin mempelajari cara membuat secara gratis maupun berbayar.*

Usaha ini menyediakan kursus bagi para masyarakat yang ingin mempelajari cara membuat batik ataupun hanya sekedar melihat cara pembuatannya. Khususnya bagi para pelajar yang mereka gunakan sebagai media untuk menambah wawasan ataupun juga untuk menciptakan laporan tugas yang melibatkan data observasi secara langsung. Selain itu dalam kursus ini, masyarakat dibebaskan untuk mendesain batik mereka sendiri sesuai kreatifitas mereka masing-masing, hasil dari karya lukis mereka dapat diolah kembali menjadi barang yang ingin mereka buat ataupun mereka juga dapat secara langsung mendapatkan kain lukisan mereka yang dibikin tersebut.

### *3.3.3 Hasil riset terkait*

Hasil riset yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah pemilihan bahan-bahan kain yang digunakan dalam proses produksi. Bahan utama kain yang digunakan yakni kain katun yang dapat membentuk produk dengan gaya kasual sesuai dengan ciri dari produk ini. Kualitas kain katun sangat bagus, bahan kuat, tidak mudah slip, harga terjangkau, dan cocok digunakan untuk fungsi apa saja. Kain katun yang digunakan merupakan kain yang berkualitas tinggi tidak mudah robek dan juga bukan katun yang bertekstur kasar. Selain bahan utama kain katun, hal yang perlu diperhatikan yakni komposisi cat dalam batik, macam motif batik, serta desain produk yang cocok dan menarik untuk digabungkan bersama batik menjadi sebuah produk tas. Komposisi warna dan pattern harus seimbang, kain batik yang digunakan memiliki kualitas bahan yang bagus tidak mudah luntur saat terkena air ataupun minyak panas. Dalam proses pembuatan barang diperlukan kerja sama dengan pengrajin batik yang dapat menghasilkan batik-batik berkualitas.

## **3.4 Proses Produksi**

### *3.4.1 Pengumpulan bahan baku*

Bahan baku utama yang perlu dibeli dalam proses produksi ini diantara lain yaitu kain kanvas, lanyard, dan kain batik. Kemudian bahan lain yang perlu dipersiapkan yaitu resleting, benik, benang, dan perlengkapan menjahit lainnya.

### *3.4.2 Proses mendesain gambar*

Sebelum evakuasi bahan baku, terlebih dahulu melakukan desain untuk menentukan model produk yang nantinya akan dibuat. Desain produk Nesthika ini bergaya street art yakni menggunakan warna-warna yang berani dan contrast, serta menentukan dan menyesuaikan dengan tambahan batik yang akan menjadi salah satu bagian penting.

### *3.4.3 Membuat pola*

Setelah desain ditentukan selanjutnya membuat pola pada kain kanvas, dibentuk sesuai bagian seperti kiri-kanan-atas-bawah. Pembuatan pola juga dilakukan pada kain batik sebagai ornamen tambahannya.

### *3.4.4 Proses pemotongan*

Selanjutnya yakni proses pemotongan, pada tahap ini kain-kain tadi dipotong sesuai pola yang telah dibentuk. Memotong bahan berfungsi agar bentuk kain nantinya mudah dijahit.

### *3.4.5 Proses menjahit*

Setelah proses pengguntingan kain maka selanjutnya adalah melakukan penyatuan antara pola-pola tersebut dengan cara menjahit. Proses menjahit ini dilakukan oleh para karyawan yang telah memiliki keterampilan menjahit menggunakan mesin jahit.

Kain kanvas yang telah diberi pola sesuai bagiannya akan dijahit dan disatukan menjadi produk yang utuh. Kemudian kain batik yang telah digunting sesuai pola juga dijahit pada bagian yang telah ditentukan.

#### *3.4.6 Tahap finishing*

Setelah bahan kain dijahit kemudian kain harus melewati proses penyempurnaan terlebih dahulu. Pada proses finishing ini akan dilakukan pemasangan resleting, pemasangan lanyard, dan juga aksesoris tambahan lainnya.

#### *3.4.7 Quality control*

Setelah melalui proses finishing produk terlebih dahulu melalui proses pengecekan ulang. Proses ini bertujuan untuk memastikan kembali barang yang akan dipasarkan kepada konsumen dengan kondisi yang baik.

### **3.5 Pemasaran**

#### *3.5.1 Pemasaran online*

Pemasaran online ini yakni memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, website untuk dijadikan media untuk mempromosikan produk. Selain itu, pemasaran online juga dapat dilakukan dengan bergabung di situs jual beli seperti shopee.com atau tokopedia.com. Pemasaran online ini dirasa sangat efektif karena dimasa saat ini yang serba mengandalkan sosial media dan juga e-commerce dalam urusan jual beli. Untuk strategi pemasaran agar produk dapat diketahui banyak orang dengan cakupan yang lebih luas yakni menggunakan jasa paid promote dan juga endorse.

#### *3.5.2 Pemasaran offline*

Pemasaran offline berupa membagikan brosur, kartu nama, atau leaflet kepada para pengunjung pada saat ada sebuah acara/event. Nesthika juga menggunakan sarana event yang digunakan untuk menjadi sponsor. Selain itu dapat pula menggunakan cara menempelkan poster-poster di masing masing kampus.

#### *3.5.3 Bergabung dengan perusahaan swasta*

Nesthika akan bergabung dengan perusahaan batik yang akan menjadi suplier kain batik untuk produk. Selain itu, bekerja sama dengan perusahaan swasta ini juga dapat menambah jaringan yang lebih luas.

#### *3.5.4 Konsinyasi dengan toko*

Konsinyasi dengan toko lain diperlukan karena produk ini masih terbilang baru, oleh karena itu sebaiknya keinginan untuk membuka toko secara mandiri dihilangkan terlebih dahulu sampai nanti produk berada dalam keadaan yang sangat stabil dan ketika memang sangat diperlukan adanya toko. Dalam hal ini produk ini dapat dipasarkan secara langsung ke masyarakat bersamaan dengan produk lain sehingga produk semakin dikenal masyarakat.

Untuk pembagian keuntungan sistem konsinyasi ini yakni 30% untuk pemilik toko dan 70% untuk pemilik produk. Persen tersebut diambilkan dari harga produk. Toko-toko fashion dan tekstil merupakan target yang dituju untuk melakukan konsinyasi produk.

#### *3.5.5 Mengajukan penawaran ke berbagai pihak*

Untuk penawaran keberbagai pihak ini ditujukan kepada pihak-pihak toko fashion untuk menambah variasi produk mereka dengan produk dari Nesthika. Selain itu penawaran

juga ditujukan kepada pihak-pihak yang membutuhkan cinderamata yang bertemakan budaya Indonesia.

#### *3.5.6 Mencari agen-agen produk*

Perusahaan ini akan mencari agen-agen pemasaran yang akan membantu pemasaran produk. Agen-agen tersebut akan diberi harga yang lebih murah dari harga retail. Mereka cuku bermodal media sosial mereka untuk memasarkan produk.

#### *3.5.7 Memberi diskon di spesial moment*

Untuk menarik minat calon konsumen, Nesthika akan memberikan diskon pada saat event-event spesial, contohnya ketika hari valentine, hari raya, dan sebagainya.

### **3.6 Sumber Daya Manusia**

Pengelolaan perusahaan ini terdiri dari beberapa tahapan. Pada tahap awal, membuat prototype terlebih dahulu untuk memastikan produk jadi dan dapat dipasarkan. Selanjutnya bekerja sama dengan beberapa penjahit kecil-kecilan dikarenakan masih belum memiliki alat untuk menjahit. Tentunya dalam hal ini dapat membantu mendapatkan penghasilan untuk para penjahit kecil-kecilan.

Perusahaan akan merekrut beberapa karyawan dari lulusan seni dan desain, mereka lebih familiar dengan desain dan juga mereka dapat lebih kreatif untuk membantu dalam mengkonsep dan memunculkan ide-ide baru untuk produk Nesthika kedepannya. Mereka akan difokuskan untuk mendesain produk dan juga membuat konten promosi yang menarik.

Kemudian untuk selanjutnya perusahaan akan membangun tempat produksi sendiri agar dapat merekrut lebih banyak karyawan umum yang membutuhkan uang tambahan. Perusahaan akan bekerja sama dengan perusahaan pengrajin kain untuk menjadi suplier dan membuka kesempatan bekerja untuk karyawan yang memiliki keterampilan menjahit ataupun yang belum, nantinya mereka akan mendapatkan pelatihan keterampilan menjahit.

### **3.7 Sarana**

Produksi akan dilakukan di sekitaran daerah Banyuwangi tepatnya didaerah Tamansuruh, Kecamatan Glagah. Di lokasi tersebut terdapat banyak sekali ibu-ibu rumah tangga yang memiliki keterampilan menjahit namun sepi dengan pelanggan. Kemudian untuk mendapatkan kain batik juga mudah karena di daerah Banyuwangi banyak terdapat perusahaan kecil pengrajin batik. Selain itu di daerah ini juga masih banyak terdapat pengangguran, seperti ibu-ibu rumah tangga, pemuda-pemuda putus sekolah, dan lulusan sekolah yang masih belum memiliki pekerjaan. Untuk biaya upah kerja karyawan, dikawasan ini juga tergolong masih rendah jika dibandingkan dengan kota besar lainnya.

## **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis proses pengembangan usaha ini dapat disimpulkan bahwa bisnis Nesthika ini memiliki potensi untuk berkembang. Inovasi dari produk ini masih sangat jarang sehingga memiliki pesaingan yang kecil. Apabila dilihat dari proses produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan juga sarana, usaha ini sangat dapat dengan mudah dijalankan walaupun diperlukan banyak kerja sama dari beberapa pihak akan tetapi hal tersebut juga dapat berguna untuk membuka jangkauan yang lebih luas.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2020, October 2). *Dilanda pandemi, ekspor batik Indonesia mampu tembus USD 21,5 juta*. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/22039/Dilanda-Pandemi,-Ekspor-Batik-Indonesia-Mampu-Tembus-USD-21,5-Juta>
- Perpustakaan Digital Budaya Indonesia. (2021). *Budaya Indonesia*. <https://budaya-indonesia.org/>
- Ramadhian, N. (2020, October 5). *Alasan batik Indonesia diakui UNESCO sebagai warisan budaya dunia*. Kompas.com. <https://travel.kompas.com/read/2020/10/05/174000427/alasan-batik-indonesia-diakui-unesco-sebagai-warisan-budaya-dunia?page=all>
- Sudarmanto, J. A. . (2021). Corpies: Bisnis kreatif pemanfaatan sampah kaleng dan kertas menggunakan teknik lukis sebagai usaha meningkatkan nilai benda bekas pakai. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 1(4), 524-541. <https://doi.org/10.17977/um064v1i42021p524-541>