

# **PENGEMBANGAN PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN BUSANA BATIK BANTULAN DENGAN STILASI MOTIF *ETHNO MODERN***

**DR. Sri Wening**

**Dra. Enny Zuhni Khayati, M. Kes.**

**Dra. Sri Emy Yuli Suprihatin, M.Si.**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini secara garis besar bertujuan untuk mendapatkan pengembangan produk kain batik Bantul Giriloyo berpola dengan stilasi motif *ethno modern* untuk busana wanita yang disukai oleh semua kalangan karena motifnya tidak lagi dianggap kuno, monoton, dan berkesan formal serta cenderung tua dan strategi pemasaran khususnya pengembangan program promosi. Secara rinci tujuan tersebut adalah: 1) Mendapatkan data permasalahan dan harapan kebutuhan pengembangan produk kain batik, 2) mendapatkan bentuk pengembangan produk kain batik berpola dengan stilasi motif *ethno modern* untuk busana wanita, 3) mendapatkan data tingkat kemenarikan produk kain batik berpola dengan stilasi motif *ethno modern* untuk busana wanita, 4) Mendapatkan data permasalahan dan harapan akan kebutuhan pengembangan program pemasaran produk kain batik, 5) Mendapatkan bentuk pengembangan program pemasaran produk kain batik berpola dengan stilasi motif *ethno modern* untuk busana wanita.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *research and development*. Pengembangan produk kain batik dilakukan melalui langkah-langkah: a) analisis kebutuhan pengembangan kain batik melalui *brainstorming* melibatkan 6 orang ketua kelompok pengrajin batik Giriloyo, b) menyusun buku panduan praktis pengembangan motif *ethno modern* dan membuat prototype kain batik berpola dengan stilasi motif *ethno modern*, c) validasi buku panduan praktis dan produk kain batik oleh 2 orang ahli dan praktisi dibidang batik, 2 orang ahli dan praktisi dibidang busana dan kerajinan tekstil, 1 orang ahli budaya, serta 5 orang konsumen batik, d) revisi produk kain batik, e) pelatihan pengembangan produk kain batik berpola dengan stilasi motif *ethno modern* yang melibatkan masing-masing 2 orang setiap kelompok paguyuban diperoleh 14 orang dan sekaligus pengrajin ini sebagai uji coba pembuatan produk kain batik berpola, f) uji coba pengembangan produk kain batik berpola dengan stilasi motif *ethno modern* untuk busana wanita, g) menguji tingkat kemenarikan produk kain batik pada 75 responden yaitu wanita yang hadir dalam acara display produk dan pameran produk Imogiri Expo. Sedangkan pengembangan strategi pemasaran difokuskan pada pengembangan strategi promosi yang dilakukan melalui langkah-langkah: a) analisis kebutuhan pengembangan strategi pemasaran melalui *brainstorming* melibatkan 6 orang ketua kelompok pengrajin batik Giriloyo, b) perancangan pengembangan program pemasaran yang dipilih adalah program promosi melalui pameran dan *fashion show*, c) validasi program pameran dan *fashion show* oleh 2 pakar pemasaran produk, 1 orang praktisi, 2 orang ahli busana d) uji coba pelaksanaan pameran pada acara Imogiri Expo dan *fashion show* pada pagelaran busana batik di Benteng Vandeberg pada bulan Agustus 2009. Pengumpulan data penelitian dilakukan menggunakan kuesioner, dan wawancara. Hasil penelitian disajikan secara dekriptif menurut tahapan kegiatan yang dilakukan.

Berdasarkan data pada analisis kebutuhan terdapat beberapa kebutuhan pengrajin batik Giriloyo yaitu: a) Pelatihan pengembangan kain batik berpola dengan sentuhan motif *ethno modern* (100%), Pelatihan mengembangkan teknik pewarnaan kain batik berpola dengan sentuhan motif *ethno modern* dengan pewarna alam (100%), c) Buku panduan praktis tentang mengembangkan motif batik dan pewarnaan dengan pewarna alami (100%), Pelatihan pengembangan kreatifitas (100%), Pelatihan strategi pemasaran produk melalui berbagai teknik promosi (80%). Validasi produk telah mendapatkan bentuk pengembangan produk kain batik berpola dengan stilasi motif *ethno modern* yang teruji dari sisi Karakter motif, kesesuaian ukuran motif, ketepatan lokasi motif pada bahan busana, variasi warna alam, ornamen isen-isen, bahan dasar yang digunakan dan tingkat kemenarikan produk oleh konsumen dan telah mendapat rekomendasi untuk diujicobakan diproduksi dan diuji tingkat kemenarikannya pada konsumen yang lebih luas. Sedangkan validasi program promosi telah mendapat bentuk promosi berupa pameran yang dilakukan secara berkala setiap tahun dalam acara Imogiri Expo dan *fashion show* secara berkala bekerjasama dengan Jurusan PTBB dalam pagelaran busana karya proyek akhir mahasiswa yang dilaksanakan akhir semester 7. Uji coba produksi produk kain batik berpola telah meningkatkan kemampuan pengrajin dalam: pengembangan produk kain batik berpola dengan stilasi motif *ethno modern*, memperpendek waktu produksi karena motif dibuat berdasarkan pola, mengurangi biaya produksi karena tidak seluruh area bahan dibatik, mendapatkan variasi warna alam. Pengembangan Strategi pemasaran diperoleh bentuk program promosi yaitu pameran dan *fashion show* yang dilakukan secara berkala akan dapat lebih meningkatkan animo masyarakat untuk mengenal lebih jauh batik Giriloyo, selain itu kegiatan ini diharapkan dapat mengembangkan sigmen pasar produk kain batik bantulan berpola dengan stilasi motif *ethno modern*