Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)
Vol. 2, No. 2, Agustus 2022, Hal. 415-422
https://jurnal-id.com/index.php/jupin

DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.91
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366

Peluang Bisnis Tematik (Totebag Motif Wayang dan Batik) berkonsep *Eco Friendly* dalam Meningkatkan Usaha Ekonomi Kreatif di Indonesia

Susi Setianingsih[*1], Delvi Fitri Assary[2], Shilna Paradisa[3], Nur Hasna Amatullah[4]
[1,2,3,4]Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia
Email: [1]susi.setianingsih@mhs.unsoed.ac.id, [2]delvi.assary@mhs.unsoed.ac.id,
[3]shilna.paradisa@mhs.unsoed.ac.id, [4]nur.amatullah@mhs.unsoed.ac.id

Abstrak

Bisnis Tematik (Totebag Motif Wayang dan Batik) adalah inovasi bisnis untuk mengurangi sampah plastik dan pencemaran lingkungan karena pewarna sintetis/buatan. Selain itu, Tematik dapat dijadikan sebagai upaya untuk melestarikan budaya Indonesia seperti wayang dan batik yang terus menurun peminatnya akibat menyebarnya budaya asing sebagai dampak dari perkembangan teknologi yang begitu pesat. Untuk mengetahui apakah produk Tematik memiliki potensi penjualan yang tinggi, maka perlu dilakukan analisis peluang bisnis Tematik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peluang produk Tematik di pasaran dengan menentukan pasar sasaran yang berpotensi untuk pengembangan produk dan mendeskripsikan kondisi pasar Tematik di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan totebag ini berupa pengumpulan data (primer maupun sekunder) untuk dilakukan analisis pasar melalui kuesioner, observasi, dan studi literatur. Hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan sebanyak 94% dari 140 responden belum pernah melihat perpaduan motif wayang dan batik shibori pada totebag, sehingga sebanyak 77 responden merasa tertarik untuk membelinya. Adapun hasil analisis Google Trends dari bulan Agustus 2021 sampai dengan Agustus 2022 menunjukkan bahwa dalam kategori belanja, hasil penelusuran web dengan *keywords* "totebag" cenderung mengalami peningkatan dengan pencarian totebag tertinggi di Indonesia ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah target konsumen melebihi jumlah produksi Tematik perbulannya yaitu 80 unit. Berdasarkan hasil analisis peluang Tematik tersebut, dapat disimpulkan bahwa Tematik layak untuk dijadikan usaha dan memiliki peluang pasar yang baik untuk memulai bisnis Tematik.

Kata Kunci: *Batik, Bisnis, Eco Friendly, Inovasi, Totebag, Wayang*

Abstract

Thematic Business (Totebag Motif Wayang and Batik) is a business innovation to reduce plastic waste and environmental pollution due to synthetic/artificial dyes. In addition, Thematic can be used as an effort to preserve Indonesian culture such as wayang and batik which continues to decline in demand due to the spread of foreign culture as a result of rapid technological developments. To find out whether Thematic products have high sales potential, it is necessary to analyze the Thematic business opportunities. This study aims to determine the opportunities for Thematic products in the market by determining the potential target market for product development and describing the conditions of the Thematic market in Indonesia. The research method used in making this tote bag is in the form of data collection (primary and secondary) for market analysis through questionnaires, observations, and literature studies. The results of the analysis that have been carried out show that as many as 94% of 140 respondents have never seen a combination of wayang motifs and shibori batik on a tote bag, so as many as 77 respondents feel interested in buying it. The results of the Google Trends analysis from August 2021 to August 2022 show that in the shopping category, web search results with the keywords "totebag" tend to increase with the highest totebag searches in Indonesia in the Special Region of Yogyakarta. The number of target consumers exceeds the thematic production per month, which is 80 units. Based on the results of the Thematic opportunity analysis, it can be concluded that Thematic is feasible to be a business and has a good market opportunity to start a Thematic business.

Keywords: *Batik, Business, Eco Friendly, Innovation, Totebag, Wayang.*

Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)
Vol. 2, No. 2, Agustus 2022, Hal. 415-422
https://jurnal-id.com/index.php/jupin
DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.91
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366

1. PENDAHULUAN

Arus globalisasi yang semakin berkembang pesat selama masa pandemi COVID-19 memiliki dampak terhadap kelestarian kebudayaan di Indonesia. Kemajuan teknologi sebagai akibat dari globalisasi tersebut telah mempermudah masuknya budaya asing masuk ke dalam negeri (Azima et al., 2021). Ditambah lagi masyarakat khususnya generasi muda cenderung lebih tertarik mempelajari kebudayaan negara asing ketimbang kebudayaan negara sendiri. Hal ini dipicu oleh kecenderungan pola pikir masyarakat yang menganggap bahwa kebudayaan di negara sendiri merupakan kebudayaan kuno dan tidak menarik sama sekali (Irmania et al., 2021). Salah satu kebudayaan Indonesia yang kurang diminati oleh generasi muda adalah wayang. Berdasarkan data Statistika Sosial Budaya tahun 2018 oleh BPS mengungkapkan bahwa untuk seni teater atau pewayangan lebih banyak ditonton oleh masyarakat lanjut usia dengan persentase sebesar 10,40% (Badan Pusat Statistik (BPS), 2018). Dari persentase tersebut dapat diidentifikasi bahwa minat generasi muda terhadap kebudayaan wayang masih rendah. Semakin hilang dan berkurangnya minat serta antusiasme generasi muda terhadap seni wayang dapat mengakibatkan terancamnya eksistensi dan perkembangan wayang di masa mendatang (Akbar & Basyir, 2016).

Di samping itu, meningkatnya isu lingkungan baru-baru ini juga perlu mendapat perhatian khusus seperti dalam penggunaan pewarna sintetis dalam industri batik. Penggunaan pewarna sintetis dapat menimbulkan ancaman bagi lingkungan dan kesehatan manusia (Pujilestari, 2016). Ancaman ini dihasilkan dari kandungan senyawa kimia berbahaya dalam pewarna sintetis yaitu berupa logam berat (Jannah & Muhimmatin, 2019). Senyawa logam berat dapat menyebabkan kanker bagi manusia. Sementara itu, limbah pewarna sintetis batik dapat meningkatkan COD (*Chemical Oxygen Demand*) dan BOD (*Biological Oxygen Demand*) air sehingga dapat mengganggu ekosistem perairan (Apriyani, 2013). Sampai saat ini, pengolahan limbah pewarna sintetis batik masih belum maksimal dikarenakan oleh beberapa faktor seperti kurangnya teknologi untuk pengolahannya (Enrico, 2019). Agar hasil pembuatan batik tidak terlalu mencemari lingkungan dan membahayakan manusia, maka penggunaan pewarna sintetis perlu diganti dengan pewarna dari alam (Setyowati & Wijayanti, 2021). Berbagai macam alternatif tanaman penghasil warna di Indonesia yang dapat dimanfaatkan sebagai pewarna alami batik, diantaranya yaitu daun jati, kayu secang, tanaman indigofera, dan lain sebagainya.

Berdasarkan analisis permasalahan tersebut, peneliti mengusulkan sebuah inovasi produk ramah lingkungan yang dapat bermanfaat bagi masyarakat khususnya generasi muda tanpa melupakan unsur kebudayaan Indonesia yaitu "Tematik". Tematik merupakan sebuah inovasi totebag bermotif wayang dan batik berkonsep *eco friendly*. Pada satu sisi totebag terdapat motif wayang dengan desain modern dinilai mampu untuk meningkatkan eksistensi budaya jawa dikalangan generasi muda. Di sisi lain dari totebag, adanya motif batik shibori dengan pewarna dari alam diharapkan mampu menekan penggunaan pewarna sintetis yang telah banyak digunakan. Inovasi produk yang dikembangkan adalah solusi yang tepat untuk meningkatkan minat budaya wayang oleh generasi muda dan mendorong kampanye penggunaan pewarna alami dalam industri batik. Gambar 1 berikut merupakan gambaran produk dari Tematik.

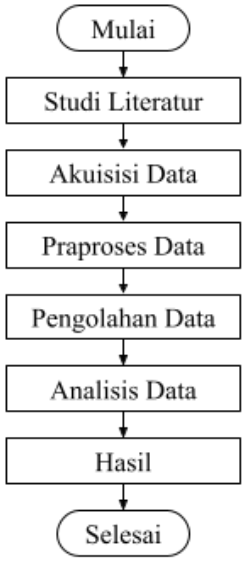
Gambar 1. Produk Tematik

DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.91
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366

Untuk mengetahui apakah produk Tematik memiliki potensi penjualan yang tinggi di pasaran, maka perlu dilakukan analisis peluang bisnis Tematik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peluang produk Tematik di pasaran dengan menentukan pasar sasaran yang berpotensi untuk pengembangan produk dan mendeskripsikan kondisi pasar Tematik di Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan sekitar 1 (satu) bulan dimulai dari tanggal 6 Juli 2022 s.d. 6 Agustus 2022. Tahapan penelitian dapat disajikan pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Bagan Tahapan Penelitian

2.1. Studi Literatur

Studi literatur berisi serangkaian kegiatan pencarian dan pengkajian literatur yang relevan dengan Tematik. Pencarian yang dilakukan pada data sekunder berupa buku, jurnal, dan sebagainya.

2.2. Akuisisi Data

Tahap akuisis data dilakukan untuk mengumpulkan data sampel dari masyarakat umum melalui kuesioner dalam bentuk Google Formulir. Selain itu, untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas kami melakukan observasi dengan mengamati isu-isu dan beberapa trend totebag yang sering digunakan oleh masyarakat secara umum. Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi menggunakan Google Trends.

2.3. Praproses Data

Data yang telah diperoleh dari kuesioner kemudian dilakukan pengolahan terlebih dahulu. Pengolahan data ini meliputi penetapan jumlah data yang dibutuhkan, menghilangkan atau menghapus data yang tidak diperlukan, dan melakukan normalisasi data. Hasilnya diperoleh data yang valid dan siap untuk digunakan dalam tahap selanjutnya.

2.4. Pengolahan Data

Pada tahap ini, data yang telah dipraproses kemudian dilakukan pengolahan data. Tujuannya yaitu untuk memudahkan dalam melakukan tahap analisis data. Tools yang digunakan untuk pengolahan data ini yaitu Microsoft Word. Hasil yang didapatkan berupa visualisasi data yang siap untuk dilakukan analisis data.

DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.91
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366

2.5. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan visualisasi data yang diperoleh dari tahapa sebelumnya. Dari tahap analisis ini dihasilkan argumen yang dapat mendukung dalam analisis peluang bisnis totebag.

2.6. Hasil

Hasil akhir merupakan hasil dari analisis data terkait peluang pasar sehingga dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan. Selain itu, dapat dijadikan tolak ukur dalam peluang pasar totebag di pasaran.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Akuisisi Data

Tahap akuisisi data melalui kuesioner dilakukan selama 4 (empat) hari terhitung dari tanggal 6 Juli 2022 s.d. 9 Juli 2022. Data sampel yang berhasil terkumpul melalui hasil kuesioner adalah sebanyak 146 data responden. Adapun karakteristik responden yang mengisi data kuesioner ditunjukkan oleh Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Responden (n=146)
Usia	
<18	5 (3,4%)
18-21	125 (85,6%)
>21	16 (11%)
Jenis Kelamin	
Laki-laki	47 (32,2%)
Perempuan	99 (67,8%)

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa sebagian responden yang mengisi kuesioner berumur 18 – 21 tahun dengan jumlah sebanyak 125 orang. Selain itu, sebagian responden besar berjenis kelamin perempuan dengan jumlah sebanyak 99 orang.

Di samping itu, observasi melalui Google Trends dilakukan dari awal bulan Agustus 2021 sampai dengan Agustus 2022. Dari hasil observasi ini akan meberikan peminatan totebag dan daerah dengan pencarian totebag tertinggi di Indonesia. Hasil analisis detail akan dijelaskan pada tahapan analisis data.

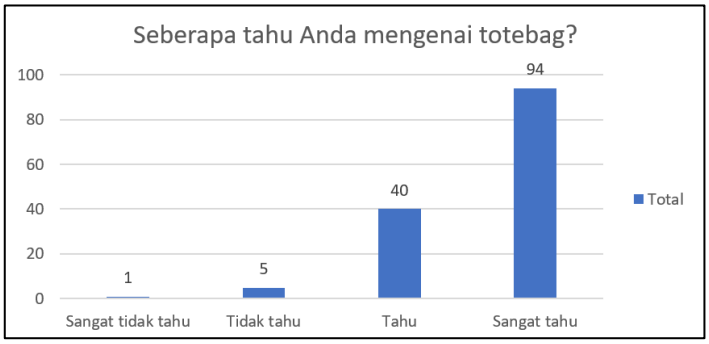
3.2. Hasil Praproses Data

Tahap praproses data dilakukan dengan menghilangkan data yang tidak valid dari data mentah yang dihasilkan melalui kuesioner. Hasil dari praproses data diperoleh 140 data yang valid dan siap untuk dilakukan analisis. Terdapat 12 variabel yang diperoleh dari hasil kuesioner dan 5 diantaranya digunakan untuk analisis riset pasar. Adapun secara umum hasil yang diperoleh dari analisis tersebut berkaitan dengan peluang pasar totebag, desain totebag, dan penggunaan pewarna alami.

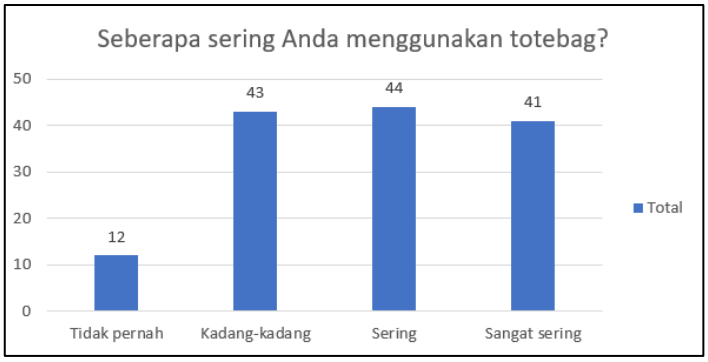
3.3. Hasil Pengolahan & Analisis Data

Data yang telah dilakukan praproses data kemudian dilakukan pengolahan data untuk dibuat visualisasi agar memudahkan dalam proses analisis. Dalam pembuatan visualisasi data, penulis menggunakan tools Microsoft Word. Hasil dari visualisasi data dapat ditunjukkan pada Gambar 3, 4, 5, 6, dan 7 berikut.

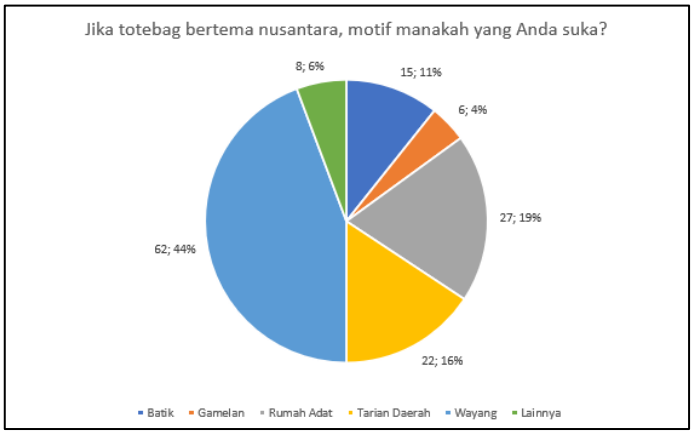
DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.91
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366



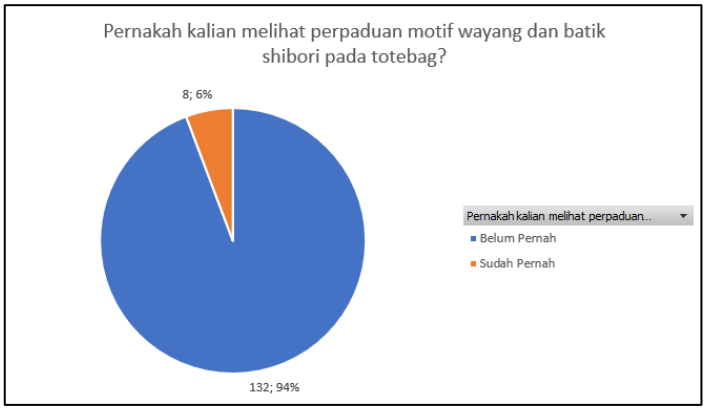
Gambar 3. Grafik Pengetahuan Totebag



Gambar 4. Grafik Penggunaan Totebag

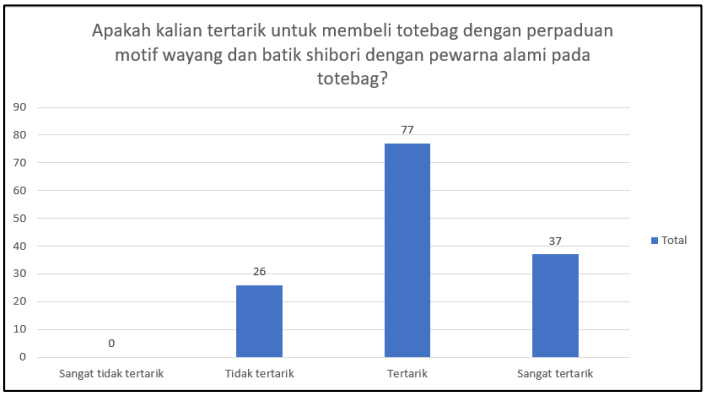


Gambar 5. Grafik Motif Nusantara



Gambar 6. Grafik Pengalaman Responden Melihat Motif Wayang dan Batik aShibori

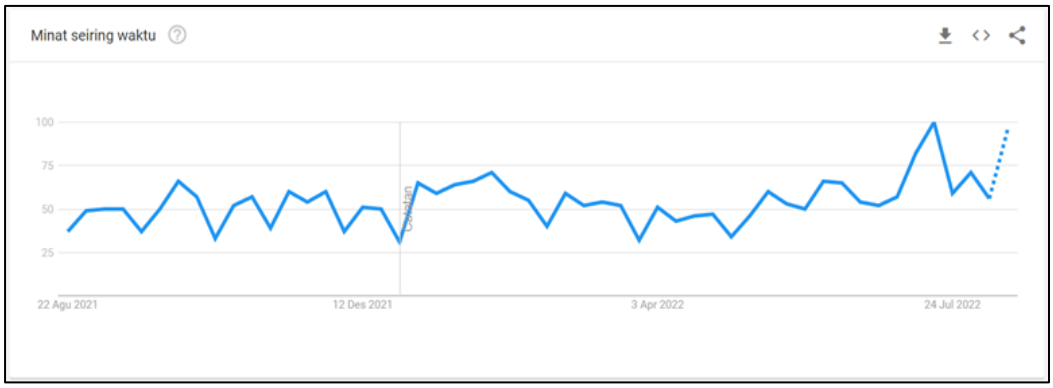
DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.91
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366



Gambar 7. Grafik Ketertarikan Responden untuk membeli Tematik

Berdasarkan hasil analisis riset pasar, survei mengenai peluang pasar menunjukkan sebagian besar responden sangat mengetahui totebag dengan jumlah responden sebanyak 94 responden. Sementara itu, ada sebanyak 44 responden menyatakan sering menggunakan totebag dan 41 responden sangat sering menggunakan totebag. Sebanyak 44% dari 140 responden memilih wayang sebagai desain totebag bertema nusantara. Akan tetapi, sebanyak 94% dari responden belum pernah melihat perpaduan motif wayang dan batik shibori pada totebag. Oleh karena itu, sebanyak 77 responden merasa tertarik dan 37 responden merasa sangat tertarik untuk membeli totebag dengan perpaduan motif wayang dan batik shibori.

Selain itu, analisis peluang pasar mengenai minat masyarakat Indonesia juga dilakukan dengan tools Google Trends. Adapun hasil dari analisis peluang pasar dengan menggunakan tools Google Trends dapat dilihat pada Gambar 8 berikut.



Gambar 8. Peminat Totebag bulan Agustus 2020 sampai dengan bulan Agustus 2022

Gambar 9. Lima Wilayah dengan Pencarian Totebag Tertinggi di Indonesia

DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.91
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari Google Trends dari bulan Agustus 2021 sampai dengan Agustus 2022 menunjukkan bahwa dalam kategori belanja, hasil penelusuran web dengan *keywords* "totebag" cenderung mengalami peningkatan. Disamping itu, hasil analisis yang diperoleh juga menunjukkan kota dengan pencarian totebag tertinggi di Indonesia ada di Daerah Istimewa Yogyakarta (Gambar 9). Kemudian, disusul oleh Jawa Tengah, Sulawesi Selatan, Jawa Timur, dan Kalimantan Timur.

Dengan adanya riset pasar nantinya akan digunakan sebagai tolak ukur dalam membuat model dari produk Tematik. Setelah melakukan riset pasar tidak kalah penting adalah menentukan target pemasaran yang tepat agar produk yang sudah dibuat dapat habis terjual. Target pemasaran produk totebag bisa digunakan untuk kalangan remaja hingga dewasa. Selain itu, produk totebag dengan motif wayang disatu sisi dan sisi lainnya bermotif batik dengan pewarna alami masih sangat jarang ditemukan di pasaran. Dengan begitu inovasi totebag ini memiliki peluang pasar yang cukup menjanjikan. Perkiraan jumlah konsumen yang membeli produk Tematik kami adalah 1% dari jumlah rumah tangga di kabupaten Banyumas, dimana jumlah rumah tangga mencapai 440.796. Oleh karena itu, target konsumen Tematik berjumlah 4.408. Jumlah target konsumen melebihi jumlah produksi Tematik perbulannya yaitu 80 unit. Berdasarkan perkiraan jumlah konsumen tersebut menandakan bahwa produk Tematik ini akan menguntungkan (terserap oleh pasar).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa sebanyak 94% dari responden belum pernah melihat perpaduan motif wayang dan batik shibori pada totebag, sehingga sebanyak 77 responden merasa tertarik untuk membeli totebag dengan perpaduan motif wayang dan batik shibori. Selain itu, hasil yang diperoleh dari Google Trends dari bulan Agustus 2021 sampai dengan Agustus 2022 menunjukkan bahwa dalam kategori belanja, hasil penelusuran web dengan *keywords* "totebag" cenderung mengalami peningkatan dengan pencarian totebag tertinggi di Indonesia ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kemudian, disusul oleh Jawa Tengah, Sulawesi Selatan, Jawa Timur, dan Kalimantan Timur. Jumlah target konsumen melebihi jumlah produksi Tematik perbulannya yaitu 80 unit. Berdasarkan perkiraan jumlah konsumen tersebut menandakan bahwa produk Tematik ini akan menguntungkan (terserap oleh pasar).

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, T., & Basyir, A. (2016). Asimilasi Aksara Latin Dengan Tokoh Wayang Arjuna sebagai Upaya Mengenalkan Wayang kepada Generasi Muda. *Jurnal Desain*, *3*(2), 118–124.

Apriyani, N. (2013). Kandungan Limbah Cair Industri Batik. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.

Azima, N. S., Furnamasari, Y. F., & Dewi, D. A. (2021). Pengaruh Masuknya Budaya Asing Terhadap Nasionalisme Bangsa Indonesia di Era Globalisasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *5*(3), 7491–7496.

Badan Pusat Statistik (BPS). (2018). Statistika Sosial Budaya 2018. In *Badan Pusat Statistik, Jakarta-Indonesia*.

Enrico. (2019). Dampak Limbah Cair Industri Tekstil Terhadap Lingkungan dan Aplikasi Tehnik Eco Printing sebagai Usaha Mengurangi Limbah. *Moda*, *1*(1), 5–13.

Irmania, E., Trisiana, A., & Salsabila, C. (2021). Upaya mengatasi pengaruh negatif budaya asing terhadap generasi muda di Indonesia. *Dinamika Sosial Budaya*, *23*(1), 148–160.

Jannah, I. N., & Muhimmatin, I. (2019). Pengelolaan Limbah Cair Industri Batik menggunakan Mikroorganisme di Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi. *Warta Pengabdian*, *13*(3), 106–115. https://doi.org/10.19184/wrtp.v13i3.12262

Pujilestari, T. (2016). Review: Sumber dan Pemanfaatan Zat Warna Alam untuk Keperluan Industri. *Dinamika Kerajinan Dan Batik: Majalah Ilmiah*, *32*(2), 93. https://doi.org/10.22322/dkb.v32i2.1365

DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.91
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366

Setyowati, T., & Wijayanti, F. N. (2021). Pemberdayaan Ekonomi Pengrajin Batik Eco Print Yang Berdaya Saing Dimasa New Normal Covid 19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, *7*(1), 112–122. https://doi.org/10.32528/jpmi.v7i1.5270