

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Kebaya merupakan jenis busana yang dipakai oleh kalangan wanita Jawa, khususnya di lingkungan budaya Yogyakarta dan Surakarta, Jawa Tengah. Biasanya disertai kemben dan kain tapih pinjung dengan stagen. Baju kebaya dikenakan oleh kalangan wanita bangsawan maupun kalangan rakyat biasa baik sebagai busana sehari-hari maupun pakaian upacara. Busana upacara seperti yang dipakai oleh seorang garwo dalam misalnya, baju kebaya menggunakan peniti renteng dipadukan dengan kain sinjang atau jarik corak batik, bagian kepala rambutnya digelung (sanggul), dan dilengkapi dengan perhiasan yang dipakai seperti subang, cincin, kalung dan gelang serta kipas biasanya tidak ketinggalan.

Kata 'kebaya' berasal dari beberapa bahasa yaitu Arab, Tiongkok, dan Portugis. Hal itu yang menjadikan 3 bangsa tersebut terkait erat dengan asal muasal kebaya. Ada 'habaya' yang artinya pakaian labuh yang memiliki belahan depan. Sedangkan menurut Denys Lombard, seorang sejarawan yang menekuni budaya Jawa, menulis dalam bukunya *Nusa Jawa: silang budaya* (1996) bahwa kata 'kebaya' berasal dari bahasa Arab 'kaba' yang berarti pakaian. Kata 'kebaya' diperkenalkan juga lewat bahasa Portugis saat bangsa ini mendarat di kawasan Asia Tenggara. Di masa itu kebaya digunakan untuk menunjukkan atasan atau *blouse* yang dikenakan oleh wanita Indonesia antara abad ke-15 dan 16 masehi. Pendapat lain juga menyatakan bahwa kebaya berkaitan dengan pakaian panjang

wanita yang dikenakan pada masa kekaisaran Ming di Tiongkok. Pengaruh dalam gaya pakaian yang menyebar ke Asia Selatan dan Tenggara sekitar abad ke-13 sampai 16 masehi melalui penyebaran penduduk daratan Tiongkok. Pengaruh ini kemudian menyebar ke Malaka, Jawa, Bali, Sumatera dan Sulawesi.

Perkembangan kebaya erat pula kaitannya dengan penyebaran agama Islam di Indonesia sekitar abad ke-15. Pergeseran budaya berpakaian terlihat pada perkembangan kerajaan-kerajaan Jawa kuno ke era Kesultanan atau Kerajaan Islam di pulau Jawa. Sebelum abad ke-15, masyarakat Jawa kuno lebih lazim dengan kain panjang, tenun, ikat, maupun kemben. Arca dan relief yang menjadi bagian dari bangunan kuno dan candi sebelum abad ke -15 juga menunjukkan hal yang demikian. Sebagian besar kaum pria tidak mengenakan atasan dan hanya mengenakan kain dan celana serta aneka perhiasan dan atributnya.

Pada tahun 1600, kebaya digunakan secara resmi oleh kerajaan di Indonesia. Setelah penyebaran agama Islam, kebaya menjadi busana yang populer dan bahkan menjadi simbol status. Dokumentasi lama kerajaan Islam Cirebon, Surakarta, maupun Yogyakarta menunjukkan busana ini digunakan bagi keluarga Kerajaan.

Atasan kebaya biasanya dipadukan dengan kain batik sebagai jarit atau bawahan. Di era Kartini, kebaya sendiri juga dikenakan oleh perempuan Belanda dipadukan dengan kain batik. Pada masa penjajahan Belanda, busana kebaya digunakan sebagai busana resmi wanita Eropa. Pada masa itu, kebaya hanya menggunakan bahan tenunan mori lalu dikembangkan menggunakan sutera dengan sulaman warna-warni. Busana ini disebut juga “Nyoya Kebaya” oleh orang – orang peranakan dari Malaka.

Pada awalnya, kebaya dikenakan dengan sarung dan kaus cantik bermanik yang sering disebut “kasut manek” hingga mengalami pembaharuan. Pada abad ke-19, kebaya menjadi pakaian sehari – hari bagi semua kelas sosial baik perempuan Jawa maupun peranakan Belanda. Kebaya bahkan sempat menjadikan pakain wajib para perempuan Belanda yang berdatangan hijrah ke Hindia (sebutan bagi Indonesia kala itu). Di salah satu koleksi foto dalam buku dokumentasi *nieuwenhuys met vreemde ogen: tempo doeloe –een verzonken wereld* (1988) oleh penulis fotografi rob nieuwenhuys, terdapat foto nyonya Belanda di abad ke – 19 yang mengenakan kebaya sutera hitam bersematkan bros.

Kebaya modern, merupakan sebuah desain kebaya paling baru yang muncul sebagai generasi penerus dari model kebaya sebelumnya. Sebenarnya desain yang ada masih menjadi ciri utama dari sebuah kebaya versi lama, hanya saja ada penambahan aplikasi dan sedikit modifikasi yang disesuaikan dengan *trend* yang ada. Kebaya modern biasanya banyak digunakan oleh perempuan yang akan wisuda atau bagi mereka yang akan menghadiri sebuah pesta resmi seperti pesta pernikahan maupun yang lainnya. Kebaya modern yang digunakan untuk acara wisuda memiliki jenis yang sangat beragam. Mulai dari kebaya modern dengan lengan pendek, kebaya untuk mereka yang memakai jilbab hingga desain kebaya modern lainnya.

Dalam penelitian ini, penulis bertujuan untuk membuat sebuah bidang bisnis, yang bergerak di bidang pembuatan dan jasa penyewaan kebaya modern dengan konsep memadukan antara kebaya modern dengan kain tenun khas Nusa Tenggara Timur.

Perkembangan industri *wedding* di Indonesia, khususnya di Kupang – Nusa Tenggara Timur, sudah semakin maju. Hal ini terlihat dari adanya acara pameran khusus untuk pernikahan, mulai dari *fashion show* gaun pengantin, kue pengantin, *souvenir*, undangan, dan sebagainya. *Event* ini dipengaruhi atas kebutuhan para calon pengantin yang ingin mendapatkan solusi dalam satu tempat, karena selain hemat waktu juga menghemat biaya.

Ide atau konsep awal bisnis ini muncul dari ketertarikan penulis akan kebaya modern. Selain itu penulis ingin mengambil peluang dari kurangnya jasa penyewaan kebaya seragam di Kupang. Kurangnya ketersediaan kebaya seragam dalam jumlah yang besar menjadi masalah tersendiri bagi para masyarakat disana. Penyewaan kebaya seragam dalam jumlah yang besar biasanya dilakukan saat salah satu keluarga ingin mengadakan acara pernikahan namun tidak ingin membuat seragam untuk pagar ayu dan keluarga besar, jadi mereka mengambil inisiatif untuk menyewa kebaya seragam dalam jumlah yang banyak. Namun sayang, tidak ada jasa penyewaan kebaya yang dalam menyewakan kebaya dengan satu model dalam jumlah lebih dari lima kebaya.

Untuk dapat membuat suatu usaha, diperlukan perencanaan yang matang dan menyeluruh. Karena itu, penulis perlu membuat adanya sebuah perencanaan bisnis. Hal ini dilakukan untuk dapat merangkul strategi pertumbuhan yang dimiliki, dalam rangka mengejar pertumbuhan perusahaan, yang dapat berupa kenaikan penjualan, profit, ekspansi usaha yang akan berdampak pada pertumbuhan perusahaan. Beberapa fakta bahwa usaha kebaya mempunyai karakteristik dan merupakan kebudayaan Indonesia yang mampu menyerap tenaga kerja dan

produknya menggunakan bahan baku yang inovatif dan jumlahnya cukup tersedia. Selain itu, memiliki daya saing dalam hal ciri, desain, kualitas, harga serta mempunyai nilai tambah dengan adanya inovasi produk.

1.2 Deskripsi Bisnis

Dalam proposal bisnis ini, penulis ingin menggabungkan antara konsep kebaya modern dengan kain tenun khas Nusa Tenggara timur. Provinsi Nusa Tenggara Timur sendiri memiliki beragam suku yang menghasilkan kain tenun yang khas dengan setiap masing-masing daerah. Masing-masing suku ini memiliki kreasi kain tenun mereka sendiri sesuai dengan adat, budaya, dan kesenian mereka. Ini terlihat dari corak hias atau motif tenunannya.

Kain tenun yang dikembangkan oleh setiap suku di Nusa Tenggara Timur ini merupakan seni kerajinan tangan yang diajarkan secara turun-temurun kepada anak-cucu. Kain tenun ini secara adat dan budaya memiliki banyak fungsi, antara lain sebagai busana sehari-hari, busana untuk tarian atau upacara adat, sebagai mas kawin, alat penghargaan dalam upacara kematian, alat pembayar denda adat, alat tukar (uang), perlambang strata sosial seseorang, alat penghargaan kepada tamu, sampai alat untuk menolak bencana.

Dalam acara tertentu seperti pernikahan, pesta wisuda, dan acara lainnya, kain tenun sering di padu padankan dengan kebaya. Maka dari itu penulis bermaksud mendirikan sebuah usaha jasa pembuatan dan penyewaan kebaya dimana kebaya ini dapat di buat dan di sewa dalam jumlah yang banyak dan dengan keseragaman model.

Berdasarkan jenis usahanya, usaha ini bergerak dalam bidang industri konveksi. Bidang usaha konveksi merupakan bidang usaha yang dikelola oleh perorangan. Jumlah pegawai yang bekerja di konveksi lebih sedikit dan mesin yang digunakan masih sangat terbatas, dalam pengerjaan suatu produk masih dalam skala kecil di bawah 500 potong. Demi menjaga produk yang baik biasanya dilakukan beberapa pengujian atau evaluasi sesuai dengan standar yang diberikan oleh pemesan atau dari pihak perusahaan yang menentukan standar yang digunakan. Kualitas yang dihasilkan dari konveksi ini lebih terjaga, dengan memberikan standar pada produk yang dikerjakan baik jahitan, mutu dari bahan (kain, benang).

1.2 Profil Usaha

Nama Perusahaan	: House-Ty Rumah Kebaya
Bidang usaha	: Produksi dan Jasa
Pemilik	: Presty Paulina Tanau
Alamat	: Jl. Jend. Soeharto No. 50, Naikoten I, Kec. Kota Raja, Kota Kupang, Nusa Tenggara Tim. 85142
Nomor Telepon	: 082216746755
Bank Perusahaan	: BCA dan BRI



Gambar 1.1 Logo HOUSE-Ty Rumah Kebaya

Sumber: Logo HOUSE-Ty Rumah Kebaya

Logo merupakan salah satu identitas yang harus dimiliki perusahaan agar mudah diingat oleh konsumennya. Oleh karena itu HOUSE-Ty Rumah Kebaya memilih logo dengan gaya *simple* dan *elegant*. Dengan desain logo seperti ini huruf “HOUSE” sendiri di ambil dari kata *house* yang berarti rumah, disambung dengan kalimat “-Ty” yang diambil dari dua huruf terakhir nama penulis yaitu Presty. Kalimat “Rumah Kebaya” sendiri mengartikan suatu rumah yang penuh dengan kebaya. Logo yang berbentuk lingkaran sendiri dipilih karena penulis ingin memberikan kesan sesuai dengan filosofi bentuk lingkaran yang berarti dinamis, bergerak, memiliki kecepatan, sesuatu yang berulang, tidak terputus, tidak memiliki awal maupun akhir, abadi, memiliki kualitas, dan dapat diandalkan. Lambang mahkota yang ada pada logo melambangkan keistimewaan ratu kerajaan, HOUSE-Ty Rumah Kebaya berharap setiap konsumen yang mengenakan kebaya dari HOUSE-Ty Rumah Kebaya dapat merasa cantik seperti seorang ratu. Dengan

demikian, HOUSE-Ty Rumah Kebaya berharap mampu menjadi wadah yang mampu memberikan solusi bagi masyarakat khususnya masyarakat Kota Kupang.

➤ Visi

Menjadi perusahaan pembuat dan penyewa kebaya gaun pilihan utama dengan kualitas premium dengan harga yang *affordable* di Kupang pada tahun 2022.

➤ Misi

- Selalu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan **House-Ty Rumah Kebaya** dengan besar hati menerima kritik yang diberikan konsumen dan akan selalu berusaha untuk terus memperbaiki kualitas pelayanannya.
- Selalu menjunjung *service excellent* dengan cara memprioritaskan kepuasan konsumen akan produk yang dihasilkan oleh **House-Ty Rumah Kebaya**.
- Memberi pelayanan *fast response* dengan cara *owner* selalu siap pada jam kerja untuk menanggapi konsumen maupun calon konsumen.