

Kucecwara Chic, Ragam Fungsi Untuk Malang Dalam Batikku

Siswiyani, Nanda Syarafina¹⁾, Nurhadi¹⁾
Yuliana Riska¹, Persijn Ayura Cynthia⁴⁾
Ratnasari Siwi Dyah¹⁾

¹Program Studi Akuntansi dan Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Institut Sekolah Tinggi Ilmu
Ekonomi Malang
email: nandasyarafina@yahoo.co.id

Abstract

Batik Unfortunate yet widely known both nationally and internationally. Batik Malangan able to penetrate world markets, in particular the intended market share are the young people and the general public. The idea was to create a bag that can be personalised way it functions with a touch of Malangan batik motifs with the name "Kucecwara Chic". The methods used in marketing this product is by using a feasibility study of this aspect of the market, technical aspects, aspects of management, financial aspects and environmental aspects. Later these aspects will be the guidelines to continue this effort to more worthy and more profit. Expected by creating products with the name Kucecwara Chic, this product can be used for fashion and religious but also keep bringing the unfortunate culture, the usefulness of this Chic is Kucecwara products enhance the value to the product so that it becomes a multifunctional product can be converted into a bag, holster, belt, mini, prayer mats and scarves, headdresses as a media preservation and introduction to batik malang in the national and international scene and can deceive the human resource community are concerned.

Keywords : Kucecwara Chic, Batik

1. PENDAHULUAN

Batik adalah salah satu warisan budaya yang memiliki motif beraneka ragam sesuai dengan daerah masing-masing. Dahulu batik biasanya sebagai pertanda tingkat derajat pemakainya atau hanya untuk upacara-upacara tertentu saja. Namun saat ini, batik mulai digunakan oleh siapa saja dan kapan saja. Dari alasan diatas munculah ide untuk menuangkan karya batik kedalam produk

yang diberi nama *Kucecwara Chic*. dimana tas tersebut memiliki ragam fungsi. Tas tersebut dapat diubah menjadi sarung, rok, dress, sabuk, sajadah mini, hiasan kepala, dan juga syal. Disini kami sadar sebagai anak bangsa maka ingin memberi sentuhan budaya batik pada produk kami *Kucecwara Chic* dengan memilih motif batik malang. Maka dengan ini kami mempunyai tujuan untuk menyelamatkan salah satu warisan budaya agar tidak dilupakan dan diakui dimata di dunia. Selain itu mampu membawa juga nama Indonesia di kancah internasional.

2. METODE PENELITIAN

Untuk menilai kelayakan suatu usaha maka perlu diperhatikan aspek-aspek yang mempengaruhi usaha, antara lain:

Aspek Pasar

Berkaitan dengan aspek pasar meliputi target pasar, strategi pemasaran, pengenalan melalui brosur, banner, kartu nama, promosi melalui radio dan via online.

Pasar sasaran dari produk *Kucecwara Chic* adalah kawula muda (pria dan wanita) dan masyarakat umum yang memiliki banyak aktifitas sehingga membutuhkan lebih dari fungsi tas biasanya, menyesuaikan dengan kegiatan yang berhubungan dengan ibadah dan fashion yang juga dilihat dari desainnya bermotifkan batik Malangan.

Strategi pemasaran yang digunakan untuk memperkenalkan produk *Kucecwara Chic* meliputi: 1) Gerai kampus, 2) Penjualan langsung ke konsumen (direct selling), 3) Pameran produk ke kampus atau kantor, masyarakat sekitar, 4) Bekerjasama dengan toko baju atau tas, 5) Pengenalan melalui brosur, banner dan kartu nama, 6) Promosi melalui radio, 7) Via online

Berdasarkan analisis dari aspek target pasar dan aspek pemasaran, produk *Kucecwara Chic* layak untuk dipasarkan karena mengingat banyaknya pria maupun wanita aktif yang memerlukan tas secara khusus yang mampu mewakili segala aktifitas mereka dengan design khusus yang mengangkat budaya kota Malang.

Proses pelaksanaan bisnis *Kucecwara Chic* memiliki sebelas kegiatan yang akan dilaksanakan selama 5 bulan kedepan, yaitu proses produksi tahap 1, uji kelayakan produk tahap 1, penjualan produk tahap 1,

evaluasi hasil penjualan tahap 1, proses produksi tahap 2, uji kelayakan produk tahap 2, penjualan produk tahap 2, evaluasi hasil penjualan tahap 2, pembuatan laporan akhir, promosi & publikasi dan edukasi konsumen.

Proses uji kelayakan & kekuatan produk dilakukan setelah proses produksi selesai. Uji kelayakan ini diutamakan sebuah kenyamanan & kekuatan produk. Proses produksi dan uji kelayakan dilakukan bersamaan selama 1 bulan. Bila produk memenuhi standar kemudian sudah bisa untuk dipasarkan ke masyarakat luas selama 3 bulan. Bersamaan dengan dilakukan evaluasi hasil dan pembahasan produk untuk menjadi lebih baik. Setelah melakukan, kembali lagi masuk dipasaran tentunya dengan kualitas yang lebih baik. Pada tahap 2 diharapkan penjualan Kucecwara Chic bisa lebih meningkat dari penjualan tahap sebelumnya.

Proses promosi & publikasi akan dilakukan bersamaan dengan proses produksi sampai dengan pembuatan laporan beriringan dengan edukasi konsumen tentang inovasi yang dimiliki produk Kucecwara Chic selama 5 bulan.

Tahapan pelaksanaannya pertama melakukan penjualan langsung kepada masyarakat dan juga mahasiswa, kemudian mempromosikan melalui radio MFM, kemajuan teknologi pun mendukung produk ini dipasarkan melalui via online. Biasanya yang dipakai dalam mempromosikan menggunakan brosur, kartu nama, stiker, x-banner, dan poster

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Terciptanya sebuah produk tas khas Malang dimana orisinal karya cipta mahasiswa Malang. Dimana adanya produk ini dapat memanfaatkan sumber daya serta membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar serta mahasiswa yang ingin menambah ketrampilan serta keuntungan dari membuat produk ini. Kegiatan yang dimulai dari disain produk, pembuatan produk, promosi dan penjualan mampu melatih mahasiswa dalam bisnis real. Dan grafik penjualan selama kegiatan terus meningkat seperti ditunjukkan oleh gambar 5 di bawah ini.



Gambar 1. Gerai Kampus



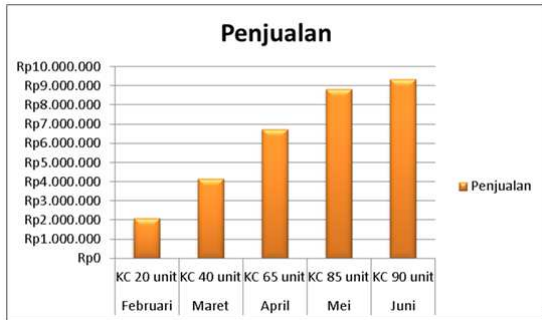
Gambar 2. Pengenalan produk di kampus



Gambar 3. Promosi di radio



Gambar 4. Promosi via online



Gambar 5. Grafik penjualan

4. KESIMPULAN

Dengan melestarikan budaya Batik Malangan dapat memberikan dampak positif bagi kota Malang itu sendiri serta menarik para kawula muda dimana menganggap batik adalah hal kuno bisa berubah menjadi suatu produk yang inovatif serta fashionable. Bagi kota Malang sendiri dapat mengangkat nama kota Malang dimata internasional dan dapat menarik wisatawan asing untuk menikmati kota Malang sehingga Malang menjadi kota tujuan wisata dan ramai dikunjungi. Terciptanya produk Kucecwara Chic juga memberikan peluang usaha bagi masyarakat seperti penjahit-penjahit yang digunakan untuk membuat produk Kucecwara Chic.