

Pengembangan Manajemen *Start-Up Fourmoon* (Selendang Lukis Multifungsi)

Apriliana Putri Khairun Nisa¹, I Dewa Putu Gede Budiarta², I Wayan Gulendra³

^{1,2,3}Program Studi Seni Murni, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Indonesia

E-mail: aprilaries924@gmail.com

Selendang Lukis Multifungsi adalah sebuah produk dari *fourmoon* yang mengedepankan Fungsional serta keindahannya. Menurut Wikipedia Selendang adalah pakaian tradisional Indonesia yang berbentuk kain panjang. Selendang biasanya digunakan oleh perempuan. Selendang ini dirancang khusus agar memiliki beberapa fungsi sekaligus dalam satu benda saja. Tidak hanya fungsional selendang *fourmoon* juga memiliki tambahan nilai estetika yang terdapat pada *surface design* serta tambahan pradanya. Tujuan dari Penulisan ini adalah 1) Untuk mengetahui Alih Pengetahuan Tata Kelola Wirausaha pada Agung Bali Collection untuk pengembangan manajemen *start-up fourmoon* (Selendang Lukis multifungsi 2) Untuk mengetahui Alih Keterampilan Wirausaha pada Agung Bali Collection untuk pengembangan manajemen *start-up fourmoon* (Selendang Lukis multifungsi 3) Untuk mengetahui Alih Pengetahuan dan Teknologi Pemasaran pada Agung Bali Collection untuk pengembangan manajemen *start-up fourmoon* (Selendang Lukis multifungsi). Jenis penelitian termasuk dalam penelitian kuantitatif dan observasi sebagai metode pengumpulan data. Hasil dari MBKM ini adalah 1) Terdapat 9 produk selendang lukis multifungsi yang dihasilkan oleh *fourmoon* 2) Pemasaran yang penulis lakukan yaitu secara *offline* dan *online* seperti *Instagram*. Penulis juga menerapkan system *custom-order* 3) Menambah wawasan seperti penambahan prada yang menggunakan Teknik canting pijat.

Kata Kunci: *Selendang Multifungsi, Surface Design, Kain endek*

Fourmoon Start-Up Management Development Start-Up Fourmoon (Multifunctional Painted Shawl)

The Multifunctional Painted Shawl is a special product from Fourmoon that prioritizes functionality and beauty. Based on Wikipedia, a shawl is traditional Indonesian clothing in the form of a long cloth and it is usually worn by women. This scarf is specially designed to have multiple functions in just one item. In addition, the multiple function of Fourmoon Shawl also has aesthetic value on its surface design and additional prada. The aims of this text are, 1). To Find out the Transfer of Entrepreneurial Knowledge to the Agung Bali Collection for the development of fourmoon start-up management (multifunctional Painted Shawls). 2). Finding out about the transfer of entrepreneurial skills to the Agung Bali Collection for the development of fourmoon start-up management (Painted multifunctional shawl). 3). Finding out about the transfer of Marketing Knowledge and Technology to the Agung Bali Collection. This type of research includes quantitative research and observation as a data collection method. The results of this MBKM are, 1). There are 9 functions of painted shawl products produced by fourmoon 2). The marketing that the writer does is offline and online way such as Instagram. The writer also applies a custom-order system 3). Developing insight such as prada adding with the canting massage technique.

Keywords: *Shawl Multifuction, Surface Design, Endek patchwork*

PENDAHULUAN

Kata *fashion* sudah tidak asing didengar oleh telinga kita. “*Fashion* terutama busana merupakan sisi kehidupan Masyarakat yang saat ini sedemikian penting sebagai salah satu indikator bagi muncul dan berkembangnya gaya hidup (*life style*)” (Featherstone, 2001; 197). *Fashion* bahkan menjadi ajang kreasi para penggunanya sebagai pengungkapan ekspresi diri. Hal ini tidak hanya terjadi pada kaum wanita saja, namun kaum pria juga ikut andil dalam mengkreasikannya. *Fashion* selalu disinonimkan dengan busana, padahal makna sesungguhnya dari *fashion* dapat mencakup segala hal yang berkaitan dengan *adornment*, *style* maupun *dress*. *Fashion* juga berkaitan dengan unsur *novelty* atau kebaruan sehingga sifatnya cenderung berumur pendek, sama halnya dengan *trend*. Dalam hal ini tidak hanya pakaian saja yang menjadi *trend*. Aksesoris lainnya seperti sepatu, tas, perhiasan, bahkan selendang pun bisa menjadi *trend fashion*.

Trend fashion selendang telah digunakan oleh masyarakat Indonesia sejak dahulu dengan berbagai jenis desain yang sesuai. Dengan adanya perkembangan teknologi, selendang sebagai *fashion* juga mengalami perkembangan dari masa ke masa mulai dari bahan, tampilan, cara menggunakan dan keunikannya. Selendang merupakan sebuah kain panjang yang biasanya digantung pada pundak untuk menambah kesan *fashion* yang diinginkan. Perkembangan jaman membuat selendang tidak lagi sebatas pernak-pernik *fashion* pada pundak. *Trend* selendang ini sudah banyak dipakai dan dimodifikasi cara pemakaiannya, contohnya dijahit rapi dengan desain sedemikian rupa pada pinggang baju kebaya, ada juga yang dijahit rapih pada salah satu pundak dan kain dibiarkan menjuntai. Namun kebanyakan *trend fashion* selendang ini hanya dipakai dalam acara formal.

Maka dari itu Penulis membangun ide dengan menciptakan sebuah *brand* yaitu *fourmoon*. Apa itu *fourmoon*? *fourmoon* adalah sebuah usaha kecil yang dibangun penulis dengan produk utama yaitu selendang Lukis multifungsi. Selendang Lukis multifungsi ini Penulis desain sedemikian rupa agar beralih fungsi sekaligus menjadi *outer*, rok, dan masih banyak lagi, tergantung bagaimana pemakainya mengekspresikannya. Penulis ingin mengembangkan produk selendang dengan inovasi

terbaru serta menambah kreativitas agar produk dapat diterima di masyarakat. Adanya program MBKM Kewirausahaan ini menjadi wadah bagi kami mahasiswa untuk melatih jiwa seorang wirausaha serta menjadikan mahasiswa untuk lebih kreatif dan inovatif lagi.

Manajemen merupakan proses merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, dan mengendalikan kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien dengan menggunakan sumber daya organisasi. Kegiatan manajemen atau proses manajemen sering juga disebut sebagai fungsi manajemen yang meliputi kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengendalikan kegiatan yang menggunakan sumber daya tertentu untuk mencapai tujuan organisasi tertentu dengan efisien dan efektif.

Penulis berusaha membangun usaha *start-up* dengan selendang Lukis multifungsi yang unik dan berbeda dengan yang lainnya. Selendang ini dipadukan dengan aksan-aksan kain perca serta lukisan tangan unik tetapi masih mengedepankan, keindahan, serta memiliki nilai seni yang tinggi dan harga yang terjangkau. Dengan capaian target konsumen remaja Wanita hingga dewasa.

Karya seni lukis merupakan karya seni dua dimensi yang diekspresikan dengan penggabungan unsur-unsur seni rupa yaitu garis, titik, bidang, bentuk, gelap terang, warna, tekstur, dan kedalaman. Karya seni lukis bisa diaplikasikan pada berbagai bidang, contohnya kain kanvas, kertas, kaca, dan media lainnya. Dalam pembuatan selendang penulis memilih kain jenis Katun Toyobo sebagai media karya seni Lukis manual.

Agung Bali Collection merupakan salah satu mitra yang memproduksi kain endek, menciptakan kain tenun endek yang berkualitas dan memiliki makna di setiap coraknya. Tidak hanya itu, Agung Bali Collection juga terkenal dengan tenun endek prada dengan menggunakan Teknik canting pijat. Motif yang diterapkan pada kain endek secara umum adalah alam seperti, tumbuhan dan hewan. Agung Bali Collection sendiri menggunakan pewarna alami dari alam sebagai pewarnaan kain tenun endek dengan proses pengerjaan secara khusus. Penulis tertarik untuk menciptakan kolaborasi produk selendang dengan corak yang terdapat pada kain perca endek yang dari hasil sisa produksi Agung Bali Collection. Kain Perca merupakan limbah anorganik yang dihasilkan industri

konveksi, berupa kain-kain bekas potongan yang ukurannya kecil-kecil. Penulis berharap produksi selendang tidak hanya menjadi trend fashion tetapi juga dapat mengurangi limbah anorganik yang tidak mudah terurai seperti kain perca endek. Penulis juga ingin mencoba pecahan kain perca lainnya sebagai pengembangan inovasi kreatif.

Dari Hasil pengamatan tersebut, penulis terinspirasi untuk mengembangkan inovasi produk selendang yang unik, dengan manajemen yang maksimal sehingga mendapatkan harga terjangkau dan memiliki daya jual yang tinggi. Dalam pengembangan produk ini, penulis ingin memberikan inovasi selendang yang berbeda, unik kepada konsumen dengan target pasar secara umum yaitu wanita namun tidak terlepas dari trend fashion masa kini. Dengan pengungkapan bahasa visual melalui goresan-goresan lukisan yang tentunya akan penulis maknai sendiri. Penulis juga berusaha mengembangkan pemasaran melalui media online seperti Shopee, *Whatsapp*, dan *Instagram* agar penjualan lebih meluas dan produk penulis dapat lebih dikenal masyarakat. Maka dari itu, penulis memilih "Pengembangan Manajemen pada *Start-Up* (Selendang Lukis Multifungsi) fourmoon". Penulis berharap produk selendang lukis multifungsi ini dapat menjadi inovasi penciptaan produk dan dapat mengeluarkan kreativitas sehingga menjangkau lebih banyak konsumen.

TINJAUAN SUMBER

Dalam pelaksanaan kegiatan MBKM Kewirausahaan Tugas Akhir ini penulis berkesempatan untuk menjalin kerja sama mitra dengan Agung Bali Collection, yang merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang Ekonomi Kreatif. Penulis menjabarkan gambaran umum Agung Bali Collection sebagai berikut. Agung Bali Collection didirikan oleh Anak Agung Dwipayani sejak tahun 2015, yang merupakan mitra binaan Bank Indonesia sejak tahun 2016 sampai saat ini. Awal mula Agung Bali Collection didirikan, produk yang dihasilkan masih berupa kain endek, kebaya, tas yang berhubungan dengan fashion untuk orang Bali. Awal mulanya produksi dilakukan di rumah pada grase yang beralamat di Hayam Wuruk. Pada tahun 2015 sempat mempunyai butik yang berlokasi di jalan Katrangan, Denpasar. Kemudian di tahun 2019

Agung Bali Collection memiliki butik serta tempat produksi kain prada yang berlokasi di jalan Tukad Unda No.3B. Namun saat ini butik telah perpindah lokasi dengan lokasi yang sama seperti lokasi produksi tenun endek yaitu di Puri Agung Jehem, Jl. Erlangga, Jehem, Kec. Tembuku, Kabupaten Bangli, Bali 80613

Tahun 2016, Agung Bali Collection memunculkan terobosan baru yaitu *surface design*. *Surface design* merupakan Teknik penambahan ornament prada(emas). Produk ini *launching* pada tahun 2016 akhir pada acara Defens (Denpasar Festival) yang merupakan produk unggulan. Kemudian *surface design* ini diterapkan pada kain endek sehingga menjadi produk unggulan. *Surface design, design* kain, bahan baku tenun, sampai pencampuran merupakan inspirasi dari ayahanda dari A. A. Indra Dwipayani yaitu Drs. D. A Tirta Ray, M.Si selaku Pembina mitra.

Agung Bali Collection memproduksi kain tenun endek yang merupakan warisan kebudayaan Bali, selain memproduksi endek Agung Bali Collection juga memproduksi *surface design* tenun endek, tenun endek pewarna alam, tenun endek seseh dan produk turunan lainnya seperti *Home Décor*, Masker Tenun Lukis, *Pouch & Mask Art* Bali, Pakain Tenun Endek.

Agung Bali Collection memiliki kontak yang dapat dihubungi dengan tujuan untuk memberikan informasi seputar pemasaran atau jual beli produk kepada *customer* antara lain, No.Hp: 081804898966, *WhatsApp*: 087761651269, *Instagram*: @agungbalicollection, *Facebook*: Agung Bali Collection, *Email Address*: agungbalicollection@gmail.com

Fashion

Dalam sebuah jurnal penelitian berjudul "PEMAKNAAN TERHADAP FASHION STYLE REMAJA DI BANDUNG" (Baruna Tyaswara,dkk, 2017) Istilah fashion atau mode sebenarnya telah ada sejak manusia pertama kali menggunakan kulit hewan untuk menutupi tubuhnya. Sedangkan rancangan pakaian ada sejak berabad-abad yang lalu, biasanya raja dan ratu memiliki penjahit pribadi untuk membuat pakaian terbaik dan bahan terbaik pula. Setelah beberapa waktu, manusia mulai menggunakan pakaian sebagai media komunikasi, bukan hanya pelindung

atau penghangat tubuh saja. Pada zaman Renaissans di Eropa, pakaian merupakan bentuk seni tingkat tinggi dan simbol status. Korset yang rumit, pakaian yang ketat, dan sepatu berhak tinggi dengan jelas dapat menggambarkan status sosial pemakainya (Lee, 2003: xv-xvi).

Pengertian Fashion sendiri berawal dari bahasa inggris yang artinya adalah cara, kebiasaan atau mode. Namun pada dasarnya fashion berfungsi sebagai penutup perlindungan, kesopanan dan daya Tarik. Sejak dulu masyarakat menggunakan pakain sebagai alat komunikasi nonverbal untuk menjelaskan pekerjaan, strata social, status perkawinan, bahkan kekayaan mereka. Bukan hanya pakaian melainkan aksesoris, perhiasan, tata rambut dan kecantikan merupakan fashion.

Fashion menjadi sangat penting bagi sebagian masyarakat, mengapa? Fashion adalah sebuah ekspresi diri yang memungkinkan setiap orang mencoba berbagai peran dalam hidupnya. Fashion adalah perubahan penting agar hidup dapat selalu menyenangkan. Fashion juga merupakan cermin yang dapat menjadi alat ukur situasi sikap dan perasaan seseorang. Definisi fashion sangat beragam, masing-masing tergantung pada fakta yang biasa ditimbulkan. Namun ada benang merah yang dapat ditarik dari berbagai macam definisi itu. Fashion secara umum dapat diklasifikasikan menurut sifatnya yang tidak tahan lama dan perubahan gaya yang berlangsung secara terus-menerus yang menurut beberapa orang didikte oleh desainer dan industry (Newman, 2001: 29).

Kain Endek Bali

Sebuah Tugas Akhir dengan judul “Perancang Buku Essay Photography Kain Endek Sebagai Upaya Pengenalan Kain Tradisional Bali” (Stella Alisia, 2018,13) Kain *Endek* merupakan merupakan salah satu kain tenun ikat khas Bali, kain ini memiliki beberapa keunikan. Mulai dari cara penununan, cara pewarnaan, motif-motifnya, dan juga kegunaan dari setiap motif tersebut. Motif yang ada pada kain endek cenderung mencerminkan nuansa alam. Yaitu motif tentang hewan, tumbuhan, dan juga motif tentang keindahan angkasa. Jenis motifnya antara lain yaitu motif rang-rang, motif kupu-kupu, motif laba-laba, motif bunga, motif *lubeng*, motif ceplok, motif gradasi, motif abstrak, motif bintang, motif riris, motif Saraswati, motif ubun-ubun, dan masih

banyak lagi. Kain ini dapat digunakan sebagai pakaian adat atau pada saat ini banyak digunakan juga untuk seragam sekolah, kantor dan juga pakain untuk acara resmi atau keseharian lainnya.

Jika dilihat dari motif kain endek penggunaannya berbeda-beda sesuai motifnya. Motif *Patra* dan *ecak aji* yang bersifat sakral biasa digunakan untuk upacara keagamaan. Motif-motif tersebut menunjukkan rasa hormat kepada Sang Pencipta. Sedangkan motif yang mencerminkan alam, biasa digunakan untuk kegiatan social atau kegiatan sehari-hari. Hal ini menyebabkan motif tersebut lebih banyak digunakan dalam masyarakat. Wastra endek atau disebut kain endek saat ini sudah mulai banyak mengalami penggabungan dengan jenis-jenis kain khas Bali lainnya. Hal ini keberagaman. Motif yang dihasilkan lebih banyak menggambarkan *flora*, *fauna*, dan tokoh pewayangan yang sering muncul dalam mitologi-mitologi cerita Bali. Motif tersebut memberikan ciri khas tersendiri pada kain endek dibandingkan dengan motif-motif kian pada kain umumnya.

Kain endek memiliki tekstur kain yang tipis dan tidak membuat panas saat dipakai merupakan salah satu yang dapat disadari oleh kaum muda, motif yang berbeda dan tidak akan ditemukan di daerah ataupun negara lainnya, sehingga masyarakat dan terutama kaum muda akan bangga untuk memakai endek dalam aktivitas kesehariannya.

Surface Design

Sebuah artikel dengan judul “Pembuatan *Surface Design* pada Busana *Ready to Wear* dengan Teknik *Sashiko*”. (Ayda, P. N., & Astuti. (2020)) 8(1), 62–69 *Surface design* dalam tekstil merujuk pada gambar, pola, atau elemen dekoratif yang ditempatkan di atas permukaan tekstil (Steed & Stevenson, 2020: 74). Sejalan dengan pendapat dari Shannon (2016) menyebutkan bahwa *surface design* dapat didefinisikan sebagai desain di atas permukaan suatu karya, dengan maksud untuk memperindah atau memperkaya permukaan karya tersebut demi meningkatkan tampilan visual dan fungsionalnya (Ayda & Astuti, 2020: 63). Disimpulkan yang dimaksud dengan *surface design* adalah pemberian gambar, pola, atau elemen dekoratif di atas permukaan suatu karya (yang telah jadi) dengan tujuan memperindah tampilan visualnya.

Sebuah blog berjudul “Pengertian Seni Lukis Beserta Definisi, Tujuan dan Unsur-unsurnya”. (Zaky,2019,) Seni lukis menurut KBBI merupakan sebuah karya berupa gambar yang diciptakan pada media pensil, pulpen, kuas, dan sebagainya, serta membutuhkan keahlian yang luar biasa. Seni lukis merupakan salah satu cabang dari seni rupa yang tercipta dari hasil imajinasi seniman yang diekspresikan melalui media garis, warna, tekstur, gelap terang, bidang dan bentuk. Seni lukis menjadi bentuk ekspresi manusia yang dituangkan dalam kanvas atau bidang 2 dimensi lainnya.

Seni lukis menjadi bentuk ekspresi jiwa dan emosi dari pelukisnya. Fungsi seni lukis juga bisa memiliki tujuan lain, seperti untuk fungsi religius, fungsi komersial, dan fungsi simbolis. Lukisan memiliki fungsi estetis untuk nilai keindahan, sehingga bisa tergolong sebagai seni rupa murni.

Estetika

Dalam sebuah buku dengan judul “Filsafat Seni yang ditulis oleh Jacob Sumardjo-Bandung ITB 2000.” Istilah estetika sendiri baru muncul tahun 1750 oleh seorang filsuf bernama A.G.Baumgarten (1714-1762). Istilah ini berasal dari Bahasa Yunani kuno, *aistheton* yang berarti “kemampuan melihat lewat penginderaan”. Baumgarten menamakan seni itu termasuk sebagai pengetahuan sensoris, yang dibedakan dengan logika yang dinamakannya pengetahuan intelektual. Tujuan estetika adalah keindahan dan tujuan logika adalah kebenaran.

Dalam sebuah jurnal dengan judul “Kecerdasan Spasial sebagai Penunjang Pengembangan Kreativitas Mahasiswa Desain Grafis dalam Pembelajaran Nirmana” Vol.12-no.1 (Februari 2015). Bandung: Universitas Widyatama. menyebutkan Penciptaan seni adalah persoalan seni yang menyangkut masalah kreativitas dan ekspresi, Dimana prosesnya kreativitas menghasilkan sesuatu hal baru dari ekspresi masing-masing individu. Dalam penciptaan seni ada beberapa unsur rupa yang menjadi dasar terbentuknya sebuah karya dan menjadi nilai estetika tersendiri dari masing karya individunya sehingga menimbulkan ke khasan penciptanya. Unsur rupa yang menjadi dasar terbentuknya sebuah karya disebut nirmana. Menurut Drs. Sadjiman, “nirmana adalah pengorganisasian atau penusunan elemen-elemen visual seperti titik,

garis, warna, ruang dan tekstur menjadi satu kesatuan yang harmonis.”

Manajemen

Manajemen adalah proses merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, dan mengendalikan kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien dengan menggunakan sumber daya organisasi. Kegiatan manajemen atau proses manajemen sering juga disebut sebagai fungsi manajemen yang meliputi kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengendalikan kegiatan yang menggunakan sumber daya tertentu untuk mencapai tujuan organisasi tertentu dengan efisien dan efektif. Siapa yang melakukan kegiatan tersebut? Manajer yang melakukan kegiatan tersebut. Dengan demikian, manajer bisa didefinisikan sebagai orang yang melakukan kegiatan manajemen atau kegiatan proses manajemen.

Kegiatan manajemen atau proses manajemen sering juga disebut sebagai fungsi manajemen yang meliputi kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengendalikan kegiatan yang menggunakan sumber daya tertentu untuk mencapai tujuan organisasi tertentu dengan efisien dan efektif. Siapa yang melakukan kegiatan tersebut? Manajer yang melakukan kegiatan tersebut. Dengan demikian, manajer bisa didefinisikan sebagai orang yang melakukan kegiatan manajemen atau kegiatan proses manajemen.

METODE

Observasi

Istilah observasi berasal dari Bahasa Latin yang berarti melihat dan memperhatikan. Secara luas observasi dapat diarahkan pada kegiatan memperhatikan fenomena secara akurat, mencatat fenomena yang muncul dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut (Banister dalam Poerwandi 2001). Pengamatan harus dilakukan secara alami (*naturalistic*) dimana pengamat harus larut dalam situasi realistik dan situasi alami yang terjadi (Kerlinger, 2003) dan dengan memperhatikan kejadian, gejala atau sesuatu secara fokus (Garayibah dalam Emzir, 2010).

Dari hasil observasi yang dilakukan penulis, penulis dapat menyimpulkan analisis SWOT yang merupakan bentuk analisis kepada lingkungan wirausaha/perusahaan, dimana analisis dilakukan secara internal yaitu lebih memfokuskan kepada kekuatan (*Strenght*) serta kelemahan (*Weakness*), dan Analisa eksternal dapat digunakan untuk menggali serta mengidentifikasi segala jenis peluang (*Opportunity*) yang ada di lingkungan perusahaan dan yang akan datang serta ancaman (*Threat*) dari kemungkinan adanya pesaing atau calon pesaing.

Berikut pemetaan usaha berdasarkan analisis SWOT:

a.Strength (Kekuatan)

Point internal dan positif dari perusahaan adalah kekuatan (*strength*). Dalam aspek ini kekuatan dapat dikategorikan sebagai suatu hal yang berada dalam kendali, berikut kekuatan dari bisnis:

- 1.Dapat menyajikan produk selendang yang istimewa dan berbeda dari selendang lainnya, menjadikan usaha ini dapat bersaing dengan produk selendang lainnya.
- 2.Menyajikan produk yang unik dan multifungsi sehingga membuat produk ini tampak hemat .
- 3.Kain Toyobo dan kain Poliyester yang digunakan memiliki serat rapat sehingga tidak nerawang dan bahannya lembut dan dingin sehingga nyaman dipakai.
- 4.Kain Toyobo, Poliyester dan perca endek yang digunakan adalah perpaduan yang unik dan cocok juga ramah lingkungan.
- 5.Kain Toyobo yang *glossy* dan penambahan *surface design* pada membuat kain Nampak mewah dan elegan.
- 5.*Surface design* pada yang digunakan adalah gliter khusus yang telah diracik untuk kain, sehingga tahan lama.
- 6.Aksen lukisan yang diberikan menggunakan cat khusus kain sehingga tidak mudah luntur atau rusak.
- 7.Jika bisnis ini berkembang, maka dapat membuka peluang lapangan pekerjaan baru.

8.Dengan adanya penggunaan bisnis *online* dapat mengurangi biaya penyewaan tempat dan dapat menjangkau konsumen lebih luas.

b.Weakness (Kelemahan)

Dalam suatu bisnis pasti memiliki kelemahan. Kelemahan adalah faktor negatif yang mengurangi kekuatan usaha. Hal ini perlu ditingkatkan agar mejadi lebih kompetitif. Berikut beberapa kelemahan dari usaha ini:

1. Produk dari usaha ini tidak dapat mengambil pesanan banyak dalam waktu singkat, karena lukisan dan prada yang dibuat secara manual menggunakan tangan sehingga tidak dapat terburu-buru serta kemungkinan *customer* memesan lukisan dengan desain *costum* pribadi juga akan mempengaruhi lama waktu pengerjaannya.
- 2.Perlunya kebaruaran tiap bulannya agar omset tidak turun. Tuntutan adanya inovasi, kreativitas serta ide-ide yang unik kedepannya.
- 3.Lukisan tembus pada bagian belakang kain selendang sehingga kain tidak bisa digunakan bolak-balik.

c.Opportunity (Peluang)

Peluang adalah faktor eksternal dalam lingkungan bisnis yang cenderung berkontribusi pada kesuksesan bisnis.

- 1.Perkembangan teknologi yang pesat, sekitar 80% masyarakat membeli barang secara online. Hal ini akan membuat usaha ini dilirik banyak konsumen.
2. Produk selendang yang multifungsi dan unik dari produk lainnya akan dapat banyak dilirik oleh konsumen.
- 3.Jika bisnis ini berkembang, akan menjanjikan peluang besar untuk produksi lebih bannyak dan menarik banyak konsumen.
- 4.Selendang Lukis ini dapat dijadikan sebagai kado dan *souvenir*.

d.Threat (Ancaman)

Ancaman adalah faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan. Perusahaan harus dapat mengendalikan hal ini jika suatu saat terjadi sesuatu yang tidak diinginkan. Rencana darurat diperlukan dalam menangani masalah yang kemungkinan akan terjadi. Berikut ancaman yang

diperkirakan akan terjadi kedepan terhadap perusahaan:

1. Terdapat pesaing potensial yang dapat memasuki pasar. Seperti penjual selendang Lukis lainnya yang dijual dengan harga lebih murah.
2. Bahan baku pembuatan selendang sewaktu-waktu dapat naik harganya sehingga membuat kenaikan pada harga penjualan produk.
3. *Trend* pasar juga berpengaruh pada penjualan produk. Jika selendang Lukis yang diproduksi tidak memiliki kebaharuan inovasi maka penjualan akan menurun.

Wawancara

Wawancara menjadi salah satu Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data. Denzin mendefinisikan wawancara sebagai percakapan *face to face* (tatap muka), di mana salah satu pihak menggali informasi dari lawan bicaranya (dalam Black dan Champion (1976) wawancara adalah suatu komunikasi verbal dengan tujuan mendapatkan informasi (dari salah satu pihak).

Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara terbuka dan dimintai pendapat mengenai produk yang dibuat, di mana responden penulis yaitu Mitra Agung Bali Collection dan calon konsumen. Berikut hasil wawancara penulis dengan narasumber dari mitra yaitu Anak Agung Dwi Novitarisa sebagai pemegang pekerjaan dibidang pemasaran yang penulis rangkum menjadi paragraf:

Agung Bali Collection mulanya hanya memiliki sedikit anggota saja dengan beberapa pekerjaan seperti pemasaran dan keuangan ditangani langsung oleh Ibu A.A. Indra Dwipayani dan suami. Sedangkan bagian produksi kain endek awalnya masih seperti sistem "*reseller*". Memikirkan cara bagaimana agar endek dari Agung Bali Collection memiliki ciri khas yang unik maka dibuatlah kain endek dengan tambahan *surface design* yaitu prada.

Tim Ibu A. A. Indra Dwipayani memperkenalkan produknya salah satunya dengan mengikuti pameran UMKM, sehingga produk UMKM beliau dilirik oleh Bank Indonesia untuk memberikan bantuan modal kepada Agung Bali Collection. sehingga lambat laun usaha beliau berkembang dan memiliki sistem manajemen yang lebih lengkap serta menambah karyawan yang membantu

jalannya UMKM. Saat ini beliau telah memiliki produksi tenun endek sendiri dengan Teknik, motif dan pewarnaan yang unik dan berbeda dari yang lainnya.

Pemasaran Agung Bali Collection sendiri sudah menjangkau media sosial seperti Shopee, Tokopedia, *etsy*, *blibli*, *Instagram* sampai hotel *industry* dan pariwisata seperti, Pemerintah dan Swasta: BANK INDONESIA, DFS, Bati Keris, Hotel dan Industri Pariwisata: Hotel INDIGO dan The Ritz-Carlion.

Berikut responden mengenai produk dengan calon konsumen:

No	Pertanyaan	Penilaian	Responden				
			1	2	3	4	5
1.	Bagaimana kualitas bahan selendang Lukis dari produk <i>fourmoon</i> ?	Sangat Baik				X	
		Baik	X	X	X		X
		Cukup					
		Kurang					
2.	Bagaimana kualitas Lukisan dan <i>Surface design</i> pada selendang?	Sangat Baik	X	X	X	X	
		Baik					X
		Cukup					
3.	Apakah harga produk sudah sesuai dengan kualitas yang dibelikan?	Sangat Baik	X		X	X	
		Baik		X			X
		Cukup					
		Kurang					
4.	Bagaimana kualitas jahitan pada selendang lukis?	Sangat Baik				X	
		Baik	X	X	X		X
		Cukup					
5.	Bagaimana keunikan dari produk selendang Lukis <i>multifungsi</i> ini ?	Kurang					
		Sangat Unik	X	X	X		X
		Unik				X	
		Cukup					

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk

Produk utama dari usaha fourmoon adalah selendang Lukis multifungsi dengan bahan utama kain katun Toyobo yang dikolaborasikan dengan kain endek yang diperoleh dari Agung Bali Collection dan prada menggunakan Teknik canting pijat. Penulis memproduksi beberapa selendang dengan variasi model serta tampilan gambar yang berbeda. Berikut gambar dari model selendang Lukis multitungsi fourmoon :



Gambar 3. Produk Selendang fourmoon "Lotus" ukuran 190x70cm
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 1. Produk Selendang fourmoon "Golden Ginkgo" ukuran 190x70cm
(Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 4. Produk Selendang fourmoon "Shell" ukuran 190x70cm
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 2. Produk Selendang fourmoon "Lily Merak" ukuran 190x70cm
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 5. Produk Selendang fourmoon "Rainbow Cosmos" ukuran 185x68cm
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 6. Produk Selendang fourmoon "Blue Cosmos" ukuran 185x68cm
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 7. Produk Selendang fourmoon "Hibiscus Line" ukuran 190x70cm
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 8. Produk Selendang fourmoon "Leafage" ukuran 190x70cm
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 9. Produk Selendang fourmoon "Lily" ukuran 190x70cm
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Selendang Lukis Multifungsi memiliki berbagai bentuk motif dari kain perca endek itu sendiri. Karena pendekatan selendang Lukis multifungsi ini lebih mengutamakan demografis Wanita maka dari itu, untuk motif *Surface Design* lebih pada motif *floral* dan ada beberapa dengan motif kerrang seagai eksplorasi penulis.

Adapun beberapa proses yang dikerjakan dalam membuat produk selendang Lukis *multifungsi* meliputi perancangan desain, membuat pola, penjahitan, pemasangan aksesoris hingga *surface design* akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Proses Perancangan Desain



Gambar 10. Proses membuat Desain
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Proses awal adalah perancangan desain selendang yang akan dibuat. Karena selendang yang penulis rancang adalah selendang Lukis *multifungsi* jadi dibutuhkan desain khusus dibanding dengan selendang

pada umumnya. Perancangan desain secara manual menggunakan sketsa gambar pada media kertas.

2. Proses Pembuatan Pola



Gambar 11. Proses Pola
(Sumber:Dokumentasi Pribadi)

Pembuatan pola untuk selendang yang penulis buat tidak terlalu rumit, hanya perlu ketelitian dalam pengukuran Panjang kain yang akan dipotong menyesuaikan desain.

3. Proses Penjahitan



Gambar12.Proses Penjahitan Selendang
(Sumber:Dokumentasi Penulis)

Proses penjahitan merupakan salah satu proses yang terpenting. Proses penjahitan adalah proses menyambung, penyatuan pola kain atau aksesoris pada kain yang lain. Dalam proses menjahit selendang penulis menggunakan mesin jahit portable yang telah tersedia ditempat Agung Bali Collection.

4. Proses Pemasangan Aksesoris



Gambar 13. Proses Pemasangan Aksesoris
(Sumber:Dokumentasi Pribadi)

Proses pemasangan aksesoris pada selendang untuk menambah fungsi pemakaian selendang. Aksesoris yang ditambahkan seperti resleting, kancing hias, dan kancing klip. Pemasangan resleting menggunakan mesin jahit. Sedangkan untuk pemasangan kancing dijahit manual atau jahit tangan.

5. Proses Pembuatan *Surface Design*



Gambar 14. Proses pembuatan *surface design*
(Sumber:Dokumentasi Pribadi)

Proses terakhir adalah pembuatan *surface design*. Dalam hal ini penulis menggabungkan antara Teknik Lukis kuas dengan penambahan prada menggunakan Teknik canting pijat. Penggunaan prada menggunakan Teknik canting pijat adalah ilmu yang penulis dapatkan dari Agung Bali Collection.

Logo



Gambar 15. Logo fourmoon
(Sumber:Dokumentasi Pribadi)

Logo adalah salah satu hal penting bagi sebuah perusahaan. Logo mampu mencerminkan identitas dari perusahaan itu sendiri agar masyarakat dengan mudah mengenalnya. Logo biasanya memiliki filosofi yang mencerminkan perusahaan tersebut, namun adapula logo yang tidak memiliki filosofi yang mencerminkan perusahaan.

Logo *fourmoon* memiliki arti dan filosofi. Angka 4 menunjukkan surat ke 4 dalam Al-qur'an yaitu An-Nisa' yang artinya perempuan. Dalam hal ini mencerminkan produk yang dibuat oleh penulis lebih merujuk pada demografis perempuan. Jika dikaitkan dengan kalender tahun Masehi bulan 4 jatuh pada bulan April yang diambil dari bahasa Latin "*aperire*" yang berarti membuka. Filosofi lain bulan April merupakan bulan lahirnya batu berlian yang terkenal sangat kuat, memiliki harga jual tinggi, dan amat berkilau. Sehingga penulis berharap agar *fourmoon* selalu dapat menghasilkan produk baru yang berkilau, selalu bersinar terang dengan tujuan agar bisnis ini dapat terus bersinar kedepannya dan produk yang dihasilkan dapat terus memuaskan, memberi banyak manfaat bagi para konsumen, dikenal kalangan masyarakat luas. Penulis juga berharap *fourmoon* akan selalu berdiri kokoh. Gambar bulan, selama ini yang kita tahu bulan tidak pernah membawa kerugian bagi makhluk lain seperti unsur lainnya misalnya air adanya bencana banjir, angin adanya angin puting beliung. Begitu dengan harapan penulis yang berharap agar produk ini tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain.

Jika dilihat dari filosofi psikologi warna kuning pada bulan dan bintang menunjukkan kehangatan, keceriaan, kecerdasan, kreativitas serta energi yang bertujuan agar usaha ini makin bertambah

kreativitas kedepannya. Sedangkan warna hijau kesan ketenangan, kedamaian dan kesan alam.



Gambar 16. QR Code Instagram 4moon
(Sumber:Dokumentasi Pribadi)

KESIMPULAN

Fourmoon adalah sebuah bisnis yang penulis jalankan berupa produk yang bergerak dibidang fashion yaitu selendang Lukis multifungsi. Selendang yang didesain khusus agar memberikan beberapa fungsi pakai dalam satu benda. Produk ini lebih memfokuskan pada fungsi serta keindahannya. Kedepannya produk akan terus berkembang dan berinovasi serta memiliki target pasar yang lebih luas.

Pemasaran yang penulis lakukan yaitu secara *offline* dan *online* seperti *Instagram* dan *shopee*. Penulis juga menerapkan system *custom-order*. Kedepannya penulis akan mengembangkan *online* market seperti *shopee*, *Tokopedia*, *Lazada* dan lain-lain.

Agung Bali Collection selaku mitra dalam kegiatan MBKM Kewirausahaan memiliki peran penting dalam menambah wawasan dan juga mengenalkan penulis kepada strategi kewirausahaan, dari tahap membentuk usaha, produksi, pengenalan kain endek hingga pemasaran. Penulis juga dikenalkan dengan Teknik *surface design* baru yaitu penambahan prada menggunakan Teknik canting pijat yang penulis aplikasikan pada produk selendang *fourmoon*. Pengenalan Teknik baru ini sangat membantu dalam pengembangan kreativitas dan inovasi dalam usaha ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis berterima kasih kepada Agung Bali Collection dan pihak yang berkaitan dari awal proses berjalannya MBKM Kewirausahaan

sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis juga diberikan kesempatan untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi dari adanya program ini. Penulis menyadari artikel ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis berharap artikel ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

DAFTAR RUJUKAN

- Alisia, Stella.(2018).Perancangan Buku Essay Photography Kain Endek sebagai upaya Pengenalan Kain Tradisional Bali.Surabaya:Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya
- Agung bali collection - Penelusuran Google. Google.com. Diakses pada 11 Februari 2023 dari https://www.google.com/search?gs_ssp=eJzj4tVP1zc0zDBOSU9PK4g3YLRSNagwSkkxMjFMMzQ1SzNPMTVKsTKoSLZMNkoC8o0sTQxTjBKTvUQT00vz0hWSEnMyFZLzc3JSk0sy8_MAZL0XvQ&q=agung+bali+collection&oq=agung+bali&aqs=chrome.1.69i57j46i175i199i512j0i512j46i175i199i512i3j0i512i2j46i175i199i512.18333j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8.
- Ariyanto,Fajar.(2020).*PENGARUH TREND FASHION DAN PENGETAHUAN BUDAYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK DI KAMPUNG BATIK SEMARANG*.Semarang:Universitas Islam Negeri Walisongo
- Ayda, P. N., & Astuti. (2020). *Pembuatan Surface Design pada Busana Ready to Wear dengan Teknik Sashiko*. TEKNOBUGA, 8(1), 62–69
- Baruna Tyaswara,Reza Rizkina Taufik,Mahardiansyah Suhadi3, dan Ratna Danyati"*PEMAKNAAN TERHADAP FASHION STYLE REMAJA DI BANDUNG*" Jurnal Komunikasi VIII no.3 (September 2017)
- Baskoro, Lahadi. (2013). *It's My Startup*, Metagraf, Solo.
- Blank, S.,& Dorf.B. (2012). *The Startup Owner's Manual The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. K and S Ranch Inc., K&S Ranch Publishing Division.
- Dr. R. A. fadhallah, S.Psi., M.Si. (2021). *Wawancara*. Jakarta Timur:UNJPress.
- Emzir. (2001). *Metodologi penelitian kualitaitaif Analisa data*.Jakarta:RajawaliPress.
- Kerlinger, F.N. (2003). *Asas-asas penelitian masyarakat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kompasiana,(2021).*Perkembangan Fashion dari Masa ke Masa yang Jadi Tren*.diakses pada 11 Maret 2023 dari <https://www.kompasiana.com/brighitavalmaviolenta0429/5ff418f18ede4807467abc62/perkembangan-fashion-dari-masa-ke-masa-yang-menjadi-trend-di-kehidupan-sekarang>
- Ni'matuzahroh, S.Psi, M.Si., dan Susanti Prasetyaningrum, M.Psi, Psikolog.(2018).*Observasi:Teori dan aplikasi dalam psikologi*.Malang:Universitas Muhammadiyah Malang.
- Poerwandari.(2001).*Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia*.LPSP3.Universitas Indonesia.
- Salmina Nidiya,Vivi Radiona SP2, dan Dewi Suliyanthini3..*PENILAIAN ESTETIKA SURFACE DESIGN DENGAN TEKNIK SUMINAGASHI PADA TEKSTIL RAYON*,5. Diakses pada Mei 2023 dari <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/viewFile/58754/18903>
- Sumardjo, Jacob "*Filsafat Seni*". Bandung: ITB, 2000
- Steed, J., & Stevenson, I. (2020). *Sourcing Ideas For Textile Design:Researching Colour, Surface,Texture, And Pattern (2nd ed)*.London: Bloomsbury Publishing Plc
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran (edisi 4)*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015

Trisnawati, Tri Yulia "*Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi*" III, no.1 (Juli 2011)

Zaky, 2019, *Pengertian Seni Lukis Beserta Definisi, Tujuan dan Unsur-unsurnya*. diakses pada 20 Mei 2023.
<https://www.zonareferensi.com/pengertian-seni-lukis/>

Daftar Narasumber/ Informan

Dwipayani, Anak Agung Indra pemasaran (37th), wawancara tanggal, 15 Mei 2023 di Agung Bali Collection Jl. Tukad Unda No. 3b, Panjer, Denpasar Selatan, Bali

Subawa, Anak Agung Oka Krisna (33th) pemasaran, wawancara tanggal, 25 Mei 2023 di Agung Bali Collection Jl. Tukad Unda No. 3b, Panjer, Denpasar Selatan, Bali.

Novitarisa, Anak Agung Ayu Dwi (22th) Sejarah Agung Bali Collection, wawancara tanggal 28 November 2023 di Desa Jhem kec. Tembuku Kab. Bangli, Bali