

Pengembangan Produk Fashion Berbasis Batik: Vest Modern Dengan Kualitas Premium (Motifara)

Arumsari^{*1}, Saly Kurnia Octaviani², Dewanatan Artha Putra Illahi³

¹Universitas Tiga Serangkai, Surakarta, Indonesia

²Universitas Tiga Serangkai, Surakarta, Indonesia

³Universitas Tiga Serangkai, Surakarta, Indonesia

*Corresponding Author: arumsari@tsu.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 1 August 2025

Revised : 3 August 2025

Accepted : 3 August 2025

Available online: 04 August 2025

E-ISSN: 3063-1289

ABSTRACT

Batik, as one of Indonesia's cultural heritages, faces significant challenges in the modern era, particularly in attracting interest from younger generations. Many young people perceive batik as outdated and incompatible with current fashion trends. To address this issue, a community service team from Universitas Tiga Serangkai developed a modern batik-based fashion product in the form of a premium vest called MOTIFARA. This program was conducted in collaboration with the Batik Arkanza SME in Laweyan, Surakarta. The methods used included customer interviews, direct observation, and product development through market surveys and prototype evaluations. The resulting vest utilized high-quality primisima cotton fabric, featuring simple motifs and neutral colors tailored to the preferences of young consumers. The program's outcomes indicate that innovative designs rooted in local cultural values can significantly enhance the appeal of batik among younger generations and support cultural preservation through fashion media. The MOTIFARA vest is expected to serve as a model for culturally rich yet modern fashion products that are competitive in today's fashion market.

Keywords: batik, youth, innovative design, modern vest, cultural preservation

1. Pendahuluan

Batik merupakan warisan budaya bangsa Indonesia yang telah diakui dunia sebagai salah satu seni tekstil yang kaya akan nilai sejarah, filosofi, dan estetika (Damanik et al., 2025). Namun, seiring dengan perubahan zaman, minat generasi muda terhadap batik mengalami penurunan yang signifikan. Hal ini menjadi salah satu tantangan besar dalam upaya pelestarian batik sebagai identitas budaya bangsa. Sedangkan disisi lain batik adalah karya budaya yang merupakan warisan nenek moyang dan memiliki nilai seni yang tinggi, dengan corak, serta tata warna yang khas milik suatu daerah yang menunjukkan identitas bangsa Indonesia. (Widiatmika, 2015)

Salah satu alasan utama berkurangnya minat anak muda terhadap batik adalah pandangan bahwa batik terlalu tua atau kuno. Banyak anak muda menganggap bahwa batik tidak lagi relevan dengan gaya hidup modern dan sulit untuk dikombinasikan dengan tren fashion masa kini. Mereka cenderung memilih busana dengan desain yang lebih sederhana, warna-warna netral, dan motif yang tidak terlalu mencolok, yang dianggap lebih sesuai dengan estetika kontemporer.

Selain itu, penggunaan batik sering kali diasosiasikan dengan acara formal atau adat, sehingga jarang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini semakin mempersempit peluang batik untuk menjadi bagian dari gaya berpakaian anak muda. Padahal, dengan inovasi desain yang tepat, batik memiliki potensi besar untuk menjadi elemen fashion yang universal dan relevan dengan berbagai gaya modern.

Melihat fenomena ini, diperlukan pendekatan baru untuk menghadirkan batik dalam bentuk yang lebih modern dan menarik bagi generasi muda. Salah satu inovasi yang dapat dilakukan adalah

menciptakan produk fashion berbasis batik yang mengedepankan desain modern, warna-warna netral, serta motif-motif simpel yang mudah dikombinasikan dengan berbagai style kekinian. Dengan demikian, batik tidak hanya menjadi simbol budaya, tetapi juga dapat menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari yang praktis dan stylish.

Untuk itu, melalui program pengabdian ini, dilakukan pengembangan produk berupa vest batik dengan gaya modern. Produk ini dirancang khusus untuk menjawab kebutuhan anak muda akan busana yang bernilai estetika tinggi, tetapi tetap fungsional dan sesuai dengan gaya hidup modern. Diharapkan, inovasi ini dapat menjadi langkah awal dalam meningkatkan minat generasi muda terhadap batik serta membantu melestarikan warisan budaya bangsa Indonesia.

Sementara itu, dengan adanya perubahan inovasi dari batik maka akan menjadi salah satu strategi untuk mempromosikan produk batik baik di dalam negeri ataupun diluar negeri. Salah satunya dengan media video profile dengan menampilkan inovasi dari batik hal ini karena video profile adalah salah satu media pilihan media promosi digital yang dapat meningkatkan pendapatan disuatu UMKM dalam berbagai macam situasi (Vinahapsari et al., 2024)

2. Metode dan Pelaksanaan

Agar menunjang pencarian fakta dan pengumpulan data guna pemecahan masalah yang berkaitan dengan kasus ini, maka diperlukan pemahaman bagaimana sistem tersebut nantinya bisa dijalankan. Untuk mengetahui bagaimana sistem berjalan, diperlukan beberapa metode penelitian untuk memperoleh data yang akurat dan menghasilkan suatu produk yang baik. Metode-metode tersebut antara lain :

2.1 Metode Wawancara (*Interview*)

Metode wawancara merupakan metode yang dilakukan penulis dengan cara wawancara langsung dengan pihak yang bersangkutan. Wawancara langsung adalah tanya jawab langsung dengan orang yang menjadi satuan pengamatan dan dilakukan tanpa perantara. Responden sebagai sumber data. Sedangkan wawancara tidak langsung dilakukan terhadap orang yang dimintai keterangan tentang orang lain. Jadi sumber datanya orang lain yang bukan obyek pengamatan. Misalnya mau mengamati motivasi kerja dari karyawan. Bila wawancara dilakukan dengan karyawan yang bersangkutan itu berarti wawancara langsung, tetapi jika wawancaranya dilakukan dengan manajernya itu namanya wawancara tidak langsung. (Fadhallah, 2020)

Dalam wawancara dengan pihak customer penulis mewawancarai langsung beberapa pelanggan tentang apa saja yang mereka inginkan dari produk batik.

2.2 Metode analisis dan perancangan

Dalam pengabdian ini penulis perancangan produk, berikut perancangan produk dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini:

- Melakukan survey kecil untuk mengetahui bagaimana keinginan pasar.
- Menuangkan hasil survey ke dalam prototype produk.
- Mengevaluasi hasil prototype.
- Membuat produk akhir hasil dari evaluasi prototype.

2.3 Metode *Observasi*

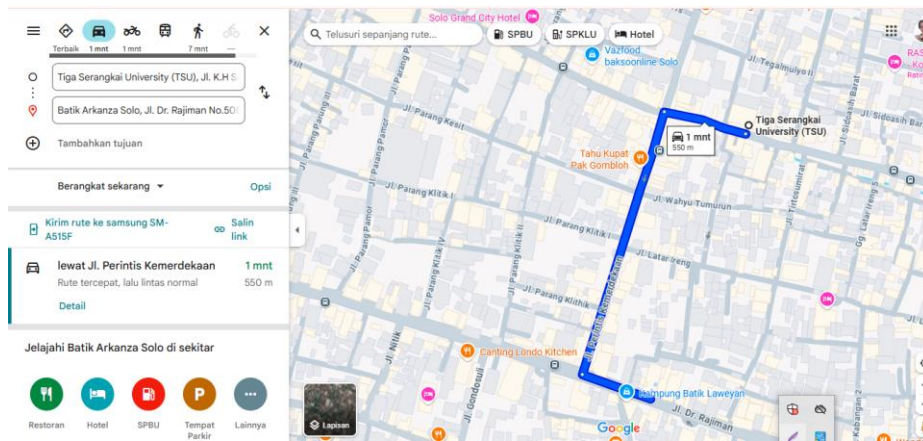
Metode *Observasi* merupakan metode yang dilakukan dengan mengamati langsung objek dan permasalahan yang terjadi di masyarakat terkait produk batik. Menurut (Hardani et al., 2020) observasi adalah teknik atau cara mengumpulkan data dengan mengamati aktivitas yang sedang berlangsung. Observasi terbagi menjadi tiga yaitu observasi partisipatif, observasi terstruktur dan observasi tidak terstruktur.

Dalam pengabdian ini penulis melakukan metode observasi langsung kepada mitra terkait, hal ini bertujuan untuk menemukan permasalahan yang muncul secara langsung.

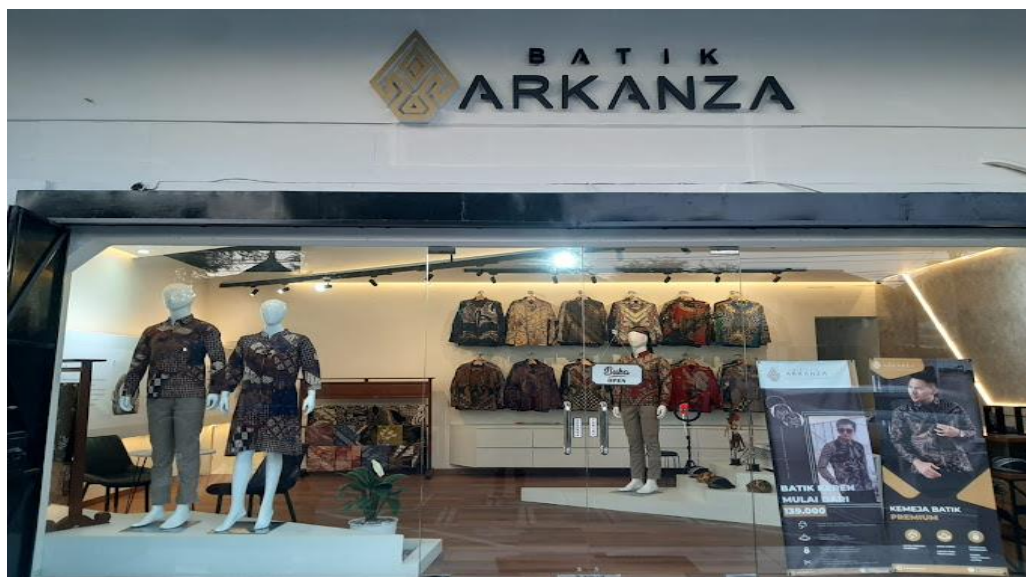
3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Lokasi

Batik Arkanza yakni salah satu butik yang berada di kampung laweyan Surakarta dengan alamat Jl. Dr. Rajiman No.508, Sondakan, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah.



Gambar 1. Google map lokasi Batik Arkanza



Gambar 2. Batik Arkanza

3.2 Jenis Batik

Berdasarkan teknik pembuatannya, batik dibagi menjadi 2 yaitu:

3.2.1 Batik Tulis

Batik tulis adalah kain yang dihias dengan motif batik secara manual menggunakan tangan. Proses pengerjaan batik tulis memerlukan waktu yang cukup lama, yaitu sekitar 2 hingga 3 bulan. (Trixie et al., 2006)

Berikut contoh produk batik tulis:



Gambar 3. Batik Tulis

3.2.2 Batik Cap

Batik cap adalah kain yang dihias dengan motif batik menggunakan cap, yang biasanya terbuat dari bahan tembaga. Proses pembuatan batik cap jauh lebih singkat dibandingkan batik tulis, yaitu hanya membutuhkan waktu sekitar 2 hingga 3 hari (Trixie et al., 2006).



Gambar 4. Batik Cap

3.2 Gambaran Umum Produk Vest MOTIFARA

MOTIFARA adalah produk batik yang memiliki tujuan untuk menciptakan dan mengembangkan produk vest batik yang inovatif, modern, dan berdaya saing. Dengan tetap mengusung nilai budaya lokal, MOTIFARA bertujuan untuk mengubah persepsi batik sebagai produk yang eksklusif untuk acara formal menjadi produk fashion yang fleksibel dan dapat digunakan sehari-hari oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda.

3.3 Bahan Produk Vest

MOTIFARA menggunakan bahan dasar kain katun berkualitas, yaitu kain katun primisima. Kain katun primisima merupakan salah satu jenis kain katun berkualitas tinggi yang banyak digunakan dalam pembuatan batik. Pilihan kain ini memberikan sejumlah keunggulan yang membuatnya sangat cocok untuk diaplikasikan pada produk vest batik. Beberapa keunggulan utama kain katun primisima adalah sebagai berikut:

3.3.1 Tekstur yang Halus dan Lembut

Katun primisima dikenal memiliki tekstur yang sangat halus dan lembut di kulit. Hal ini memberikan kenyamanan maksimal bagi pengguna, terutama saat vest digunakan dalam waktu yang lama atau pada acara formal yang memerlukan penampilan prima.

3.3.2 Kemampuan Menyerap Keringat yang Baik

Sebagai bahan dasar dari serat alami, katun primisima memiliki kemampuan menyerap keringat dengan baik. Keunggulan ini membuatnya nyaman digunakan di berbagai kondisi cuaca, termasuk di iklim tropis yang cenderung panas dan lembap.

3.3.3 Kain yang Kuat dan Tahan Lama

Katun primisima memiliki tingkat ketahanan yang baik dibandingkan jenis katun lainnya. Struktur serat kainnya yang rapat membuatnya tidak mudah robek atau mengalami pelapukan, sehingga produk vest batik dari kain ini dapat bertahan lama meskipun sering digunakan.

3.3.4 Hasil Warna yang Tajam dan Tahan Lama

Salah satu keunggulan khas katun primisima adalah kemampuannya dalam menyerap pewarna dengan baik. Hal ini menghasilkan motif batik yang tampak tajam, jelas, dan tidak mudah pudar meskipun telah dicuci berulang kali. Keunggulan ini sangat penting untuk menjaga estetika produk vest batik yang mengedepankan nilai seni dan keindahan motif.

3.4 Proses Pengerjaan Produk

Produk vest kami dibuat dengan melibatkan tenaga jahit yang ahli dan berpengalaman untuk memastikan kualitas terbaik di setiap tahap pengerjaan. Keahlian mereka menghasilkan jahitan yang rapi, kuat, dan presisi, sehingga vest tampil estetik dan nyaman digunakan. Dengan perhatian pada detail, seperti

penyesuaian pola, finishing yang sempurna, dan kenyamanan pengguna, produk vest kami memiliki standar tinggi yang konsisten dan layak bersaing di pasar.



Gambar 5. Proses Pengerjaan Produk

3.5 Analisa Kebutuhan

Dengan menyesuaikan apa yang diinginkan pasar pada latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka kami berupaya membuat produk yang dapat memenuhi keinginan tersebut. Dengan spesifikasi produk, yaitu sebagai berikut:

- a. Kain Katun Primisima: Kain katun dengan serat benang yang rapat dan halus, membuatnya nyaman saat dipakai.
- b. Motif Simple: Motif yang simple menjadi solusi untuk kalangan anak muda yang masih memiliki stigma bahwa batik adalah pakaian kuno.
- c. Warna yang Netral: Dengan warna yang netral, memudahkan untuk dikombinasikan dengan pakaian lain.
- d. Desain yang Inovatif: Batik yang dikenal dengan pakaian kuno, dikemas ulang dengan desain vest kekinian.

3.6 Rencana Desain Produk Vest

Pada rencana desain produk ini didefinisikan contoh referensi desain yang kemudian akan diadaptasi dengan komponen yang lebih baik. Pada rencana desain ini, kami mengambil contoh yang cukup simple. Sesuai dengan keinginan banyak anak muda di zaman sekarang yang menginginkan fashion yang mudah dikombinasikan dengan pakaian lain dan fleksibel di berbagai acara baik formal maupun non-formal. Pada rencana desain ini, kami mengambil contoh desain yang sedikit lebih rumit.



Gambar 6. Rancangan Design 1



Gambar 7. Rancangan Design 2

3.7 Desain Akhir Produk Vest

Pada desain ini, kami mengutamakan pasar yang menginginkan produk yang dapat dikombinasikan dengan pakaian lain dan fleksibel di berbagai acara, namun tetap bernilai budaya. Pada desain ini terkesan lebih formal, namun tetap santai. Produk ini dapat digunakan sebagai pengganti kebaya yang mungkin cukup rumit saat akan dipakai maupun setelah dipakai, dengan produk ini bisa dikombinasikan hanya dengan manset. Berikut adalah contoh dari produk vest:



Gambar 8. Design Akhir 1



Gambar 9. Design Akhir 2

4. Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat ini merupakan program dari dosen dan mahasiswa yang dilakukan untuk membantu usaha kecil menengah baik membantu untuk mempromosikan atau mengenalkan produk yang ada pada usaha kecil menengah tersebut. Pada pengabdian ini tim

melakukan modifikasi dari produk batik supaya terjadi perubahan untuk menambah daya tarik bagi anak muda untuk menggunakan kain batik. Dalam program pengabdian ini tim melakukan pengembangan ragam model batik dengan menggunakan metode Vest Modern dengan bahan MOTIFARA. Diharapkan dengan adanya perubahan tersebut maka akan menjadi daya tarik tertentu pada generasi muda, sehingga kain batik dan baju batik kembali diminati kembali oleh generasi sekarang.

5. Saran

Produk ini memiliki potensi luar biasa untuk dapat dikembangkan, dengan mengevaluasi beberapa hal mengenai produk dan melakukan langkah-langkah strategis yang lain maka produk ini dapat sangat diterima masyarakat.

Daftar Pustaka

- Damanik, R. J., Fitri, H., & Hardiansyah, M. R. (2025). Pengaruh Budaya dan Sosial dalam Pengembangan Desain Batik Langgam Medan. *Polyscopia*, 2(1), 22–28. <https://doi.org/10.57251/polyscopia.v2i1.1551>
- Fadhallah. (2020). *Wawancara*. UNJ. Press.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Trixie, A. A., Kreatif, F. I., Ciputra, U., Timur, J., Warisan, P., Batik, B., Identitas, S., & Indonesia, B. (2006). Trixie. *A John Steinbeck Encyclopedia*, 401.
- Vinahapsari, C. A., Octaviani, S. K., & Profil, V. (2024). Optimalisasi umkm soramen dengan pembuatan video profil. *Budimas*, 6(3), 1–9.
- Widiatmika, K. P. (2015). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning: Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau*, 16(2), 39–55.