

ANALOGI ARSITEKTUR BENTENG MORAYA DALAM PENCIPTAAN BUSANA BERGAYA *EXOTIC DRAMATIC*

**Marcelina Magdalena Moray¹, Ida Ayu Kade Sri Sukmadewi², A.A Ngurah Anom
Mayun³**

**Program Studi Desain Mode, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jln Nusa
Indah Denpasar 80235, Indonesia**

E-mail : marchelinamoray@gmail.com

ABSTRAK

ANALOGI ARSITEKTUR BENTENG MORAYA DALAM PENCIPTAAN BUSANA BERGAYA *EXOTIC DRAMATIC*

Benteng Moraya yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat Sulawesi Utara, Benteng Moraya merupakan peninggalan orang suku Minahasa yang menurut konsepsi benteng ini terletak di daerah Sulawesi utara tepatnya di desa Roong, Tondano di sebelah barat dan benteng ini adalah saksi bisu terjadinya perang tondano melawan penjajahan belanda pada tahun 1600 an. Benteng Moraya memiliki 3 struktur bangunan yang setiap strukturnya menyimpan cerita sejarah yang terjadi di tanah Minahasa. Dari ciri khas dan keunikan dari arsitektur benteng Benteng Moraya di pilih menjadi ide pemantik dalam penciptaan karya busana yang di wujudkan menjadi koleksi busana yang bertahap yaitu: *ready to wear*, *ready to wear deluxe* dan *haute couture*. Benteng Moraya di implementasikan dengan teori analogi dan kata kunci yan terpilih: Pilar, Relief, Lingkaran, Merah, *Exotic Dramatic* dan *Textile Manipulation*. Penciptaan karya busana ini menggunakan metode Dr. Tjok Istri Ratna Cora Sudharsana, S.Sn, M.Si, tahun 2016 dengan 8 tahapan : Ide pemantik (*design brief*), riset dan sumber (*research and sourcing*), pengembangan desain, sampel (*design development*), *sample, prototype and construcion*), dan Produksi (*production*), bisnis (*bussines*). Hasil penciptaan ini nantinya di harapkan dapat menambah referensi kepustakaan mengenai ilmu *Fashion* dengan teori Analogi Arsitektur Benteng Moraya yang diimplementasikan ke dalam busana *Exotic Dramatic* dengan menggunakan brand “Memarch”,strategi *Bussines Model Canvas* (BMC) dalam menjalankan usaha. Serta nantinya hasil karya tugas akhir dapat memperkenalkan kekayaan dan peninggalan bersejarah terlebih khusus arsitektur Benteng Moraya.

Kata kunci : *Arsitektur, Busana, Analogi, Exotic Dramatic*

ABSTRACT

ANALOGY OF MORAYA FORT ARCHITECTURE IN FASHION CREATION *CLOTHING DRAMATIC EXOTIC STYLE*

Fort Moraya which is widely known by the people of North Sulawesi, Fort Moraya is a relic of the Minahasa tribe which according to the conception of this fort is located in the North Sulawesi area, precisely in the village of Roong, Tondano in the west and this fort is a silent witness of the Tondano war against Dutch colonialism in the 1600s. Fort Moraya has 3 building structures, each of which stores historical stories that occurred in Minahasa land. From the characteristics and uniqueness of the architecture of Fort Moraya, it was chosen to be a lighter idea in the creation of fashion works that were realized into a gradual fashion collection, namely: ready to wear, ready to wear deluxe and haute couture. Fort Moraya is implemented with analogy theory and selected keywords: Pillar, Relief, Circle, Red, Exotic Dramatic and Textile Manipulation. The creation of this fashion work using the method of Dr. Tjok Istri Ratna Cora Sudharsana, S.Sn, M.Si, 2016 with 8 stages: Idea lighter (design brief), research and sources (research and sourcing), design development, sample (design development), sample, prototype and construction), and Production (production), business (bussines). The results of this creation are expected to be able to add references to the literature on Fashion science with the theory of Fort Moraya Architecture Analogy which is implemented into Dramatic Exotic clothing using the "Memarch" brand, the Bussines Model Canvas (BMC) strategy in running a business. And later the final project can introduce wealth and historical heritage, especially the architecture of Fort Moraya.

Keywords : *Fort Moraya, Fashion, Analogy, Dramatic Exotic*

PENDAHULUAN

Mode atau fesyen (*Fashion*) merupakan sebuah ekspresi estetika yang populer pada masa, tempat dan dalam konteks tertentu, terutama pada pakaian, gaya hidup, aksesoris dan proporsi tubuh. Secara khusus fashion adalah gaya berpakaian yang dipakai setiap hari oleh seseorang, baik itu di kehidupan sehari-hari maupun acara tertentu dengan tujuan untuk menunjang penampilan. Pada dasarnya fashion berfungsi untuk melindungi tubuh manusia, namun seiring perkembangan zaman fashion juga di gunakan untuk menjadi alat komunikasi yang dapat menunjukkan ciri khas dan gaya hidup dari setiap orang yang memakainya. Berbicara tentang fashion pasti tidak akan lepas dari seorang perancang mode, Perancang mode adalah orang yang ahli dalam mendesain pakaian dan hukumnya harus kreatif. Penciptaan sebuah karya yang di usung dalam mata kuliah wajib tugas akhir ini menjadi syarat kelulusan sekaligus menyelesaikan studi di Institut Seni Indonesia Denpasar.

Penciptaan karya tugas akhir program studi desain mode tahun ajaran 2021/2022 ini mengusung tema "*Diversity of Indonesia*" yaitu yang mengangkat tema dari keanekaragaman Nusantara. Tema ini mengacu pada visi misi program studi desain mode yang didalamnya berisi mengangkat kearifan lokal dalam penciptaan sebuah karya/produk bertaraf global. Penciptaan sebuah karya unik dan beda dari semua karya yang ada melalui sumber inspirasi dari keanekaragam budaya bangsa Indonesia. Berdasarkan latar belakang yang ada penulis memilih penciptaan busana dengan penalaran analogi yang terinspirasi dari peninggalan keanekaragam sejarah maupun budaya "Arsitektur Benteng Moraya". Benteng Moraya adalah saksi bisu kegigihan masyarakat Minahasa dalam mempertahankan tanah kelahirannya.



Gambar 1. Benteng Moraya
sumber : google.com

Sejarah perang Tondano berpusat di desa purba minawanua dan memiliki 2 hal pemicu utama terjadinya ialah perang perdagangan barter dan ambisi seorang politikus. Daerah tempat berdirinya monumen Benteng Moraya ini dimasa lalu pernah terjadi perang akbar antara orang Minahasa melawan tentara kolonial Belanda. Perang yang terjadi di tahun 1800-an ini merupakan salah satu perang besar di masa tersebut. Para Kepala Walak Minahasa sendiri berhasil mempertahankan kawasan benteng serta pemukiman Minawanua, dalam waktu yang cukup lama, meski digempur tentara kolonial belanda. Akhirnya kawasan ini menjadi lautan darah dimana air sungai dan danau Tondano sendiri sampai disebutkan berwarna merah karena banyaknya serdadu yang gugur waktu itu. Saat ini kompleks arsitektur Benteng Moraya menjadi salah satu tujuan di pulau Sulawesi khususnya di provinsi Sulawesi Utara dalam pengenalan sejarah maupun tempat objek wisata. Benteng Moraya berada di pinggir danau Tondano, tidak jauh dari patung korengkeng di kelurahan Roong ,Tondano Barat yang merupakan daerah rawa, berada kurang lebih 950 m dari danau Tondano Luas site $52.283 \text{ m}^2 = 5,2 \text{ H}$. Sesuai dengan RTRW Minahasa (Tahun 2003-2013) dan master plan Kota Tondano (2004-2014) Daerah ini merupakan wilayah pembangunan pusat pendidikan tinggi, pemerintahan, dan pariwisata.

Benteng moraya adalah tempat pertahanan terakhir yang tersisa pada saat Perang Tondano yang ke-Empat. Benteng ini memiliki struktur bangunan yang banyak menceritakan awal mula benteng ini menjadi

monumen Nasional. Mulai dari bagian depan depan terdapat tulisan kapital yang tebal dan berwarna merah "BENTENG MORAYA" yang mengartikan darah yang tumpah. Kemudian pada bagian pilar-pilar yang berbentuk tabung besar lurus keatas menceritakan sejarah pada saat perang Tondano pertama pada tahun 1661-1664 sampai perang Tondano Ke-Empat pada tahun 1907-1908. Bagian Tengah Terdapat menara pengintai berwarna putih menjulang tinggi keatas yang berdiri kokoh 4 lantai mengingatkan kepada seluruh masyarakat tentang kejayaan Tou. Pada setiap dinding menara memiliki relief yang menceritakan tentang sejarah (2001:157).

Minahasa. Bagian Belakang terdapat amphitheater berbentuk lingkaran besar yang mengukir marga masyarakat Minahasa. Kemudian terdapat Waruga (kubur batu) yang menguburkan musuh masyarakat Minahasa, setiap waruga di hiasi relief gambar manusia, hewan, dan geometri. Serta terdapat kayu besar yang dimana sisa-sisa pembakaran benteng pada peninggalan zaman perang dahulu kala. Relief adalah seni pahat yang berukuran 3 dimensi di atas batu bentuk maupun ukuran ini biasanya dapat kita temukan pada candi, kuil, monume dan tempat bersejarah yang kuno. Relief bisa berukuran berdiri sendiri maupun bagian panel relief lain. Relief biasanya membentuk suatu cerita sejarah dan ajaran.

Pada arsitektur benteng moraya sendiri menceritakan sejarah yang telah terjadi pada masa lampau. Relief biasanya terukir di atas batu karena batu bersifat sangat kuat dan kokoh, sama seperti yang ada pada setiap dinding arsitektur benteng menggunakan batu sehingga relief dapat di ukirkan Relief memiliki berbagai macam yaitu, Relief rendah dengan ukuran rendah yang sedikit menonjol di atas permukaan contohnya, Ukiran sejarah Minahasa yang ada pada setiap pilar maupun diseluruh dinding arsitektur benteng, Relief dangkal dengan ukuran lebih dangkal dari pada relief rendah ukirannya hanya seperti guratan-guratan kecil contohnya, setiap ukiran waruga ada guratan garis-garis kecil, Relief Tenggelam dimana latar permukaannya di biarkan utuh dan rata, Sementara ukiran figur di gambarkan tenggelam di cukil ke dalam permukaan dinding batu.

Perang tondano merupakan kisah bersejarah yang menjadi point dari monumen ini, Sejarah perang tondano berpusat di desa purba minawanua. Perang di mulai pada tahun 1661- 1908, terjadinya perang Tondano karena adanya 2 faktor pemicu yaitu : perdagangan barter kopi dan karena adanya ambisi dari seorang politikus Belanda. Perang pertama tahun 1661-1664, perang ini merupakan perang rakyat disekitar danau Tondano melawan kolonial belanda. Perang ke-Dua tahun 1681-1682, ini disebabkan oleh perlakuan oleh perlakuan semena-mena Belanda (VOC) yang menyalahi peraturan perjanjian 10 Januari 1679 tentang persekutuan persahabatan antara Minahasa dan Belanda. Perang ke-Tiga tahun 1707-1711 akibat dari Walak di Minahasa pada umumnya dan khususnya Walak Tondano tidak tahan atas penderitaan terhadap kekejaman bangsa belanda tersebut. Perang ke-Empat tahun 1807-1809 bergabungnya pasukan Maesa, Matuari untuk melawan kompeni belanda dengan cara menghentikan pemasokan dan perdagangan beras terhadap kompeni Belanda, tidak membayar hutang sandang dan tuntutan pemulangan serdadu-serdadu dari luar minahasa. Perang tondano meninggalkan lautan darah yang berbau anyir.

EXOTIC DRAMATIC

Exotic dramatic adalah style trend mode masa lampau hingga masa kini. Gaya busana ini memiliki sentuhan yang sangat berbeda dari style busana biasanya, seperti: budaya, unik, etnik, dan original. Contohnya: warna yang digunakan adalah perpaduan warna alam, dan aksesoris busana yang berbeda serta unik.

Penulis akan membuat karya busana koleksi *ready to wear*, *ready to wear deluxe*, dan *haute couture*, perancangan koleksi busana ini diwujudkan menggunakan metode Frangipangi 8 tahapan : Ide pemantik (*design brief*), riset dan sumber (*research and sourcing*), pengembangan desain, sampel (*design development*), *sample, prototype and construcion*), dan Produksi (*production*), bisnis (*bussines*). (Sudharsana, 2016: 203-205). Dan menggunakan gaya ungkap Analogi dalam pengertian umum ialah suatu kemampuan berpikir dengan pola relasional, mendeteksi pola untuk pengulangan pola

dalam variasi pola dan di komunikasi kan sebagai dasar hasil yang diperoleh. Penalaran analogi adalah proses mendapatkan dan mengadaptasi penyelesaian lama untuk menyelesaikan masalah baru (Joseph 1989; Siti 2014).

METODE PENCIPTAAN

Untuk menciptakan busana tugas akhir ini penulis menggunakan metode Frangipangi 8 tahapan :

A. Design Brief

Ide pemantik yaitu Arsitektur benteng Moraya dengan menggunakan gaya ungkap analogi yang merupakan kegiatan dan proses penyimpulan berdasarkan kesamaan data dan fakta.

B. Research And Sourcing

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data yang terkait dengan penciptaan busana, kemudian setelah tahap *research and sourcing* akan dilakukan output *mindmapping*.

Dari mind mapping dipilih concept list dan keyword yang akan membantu untuk proses pembuatan karya. Berikut concept list dan keyword yang sudah dipilih:

1. Conceptlist

- a. Menara
- b. Pilar
- c. Sulawesi Utara
- d. *Amphiteater*
- e. Perang Tondano
- f. Merah
- g. Lingkaran
- h. Relief Gambar
- i. *Exotic Dramatic*
- j. *Tabung*
- k. *Textile Manipulation*

2. Keywords dan explanation

- a. Pilar, adalah tiang yang tinggi berbentuk tabung, penulis mengimplementasikan bentuk pilar dengan warna pilar kedalam busana yang akan di buat.

- b. Relief gambar, Setiap bagian struktur bangunan memiliki relief gambar yang bersejajar. Penulis mengimplementasikan relief gambar yang dilukis maupun diprint kedalam busana yang akan di buat.
- c. Lingkaran, merupakan bentuk dari sebuah struktur bangunan benteng Moraya yaitu amphiteater. Penulis mengimplementasikan pada busana dengan bentuk lengan dan menambah aksesoris berbentuk lingkaran pada busana yang akan dibuat.
- d. Merah, Benteng Moraya diartikan sebagai Genangan darah yang tumpah. Darah berwarna merah itulah sebabnya penulis mengimplementasikan warna merah sebagai warna dasar pada busana yang akan di buat.
- e. Exotic dramatic, adalah gaya berpakaian yang cenderung berbeda, unik, etnik, dan original. Akan diaplikasikan melalui pemilihan warna alam serta aksesoris dan cuttingan unik. Diharapkan dapat menceritakan yang ingin dituangkan kedalam busana yang akan dibuat.

C. Design Development

Design development merupakan sebuah tahapan dari pengembangan desain yang kemudian di sempurnakan sehingga mendapatkan desain akhir yang utuh. Dalam tahap ini penulis akan membuat sketsa rancangan desain busana *ready to wear*, *ready to wear deluxe*, dan *haute couture* yang akan dikembangkan menjadi 3 desain Busana *Ready to wear*, *Ready to wear deluxe*, dan *Haute couture*

a. Busana Jadi (*Ready To Wear*)

Busana *ready to wear* merupakan busana yang siap pakai tanpa harus diukur menurut pemesan, melainkan menggunakan ukuran standar atau ukuran yang telah di bakukan (S, M, L, dan XL).

b. *Ready To Wear Deluxe*

Busana *ready to wear deluxe* merupakan kreasi pakaian siap pakai, *wearable* namun memiliki gaya individual dengan inspirasi *couture* menggunakan material terlihat mahal dan menghasilkan pembuatan sangat rapi.

c. Adi Busana (*Haute couture*)

Merupakan busana yang teknik pembuatannya sangat tinggi yang di buat khusus untuk pemesan-Nya, menggunakan bahan yang berkualitas terbaik, dihiasi detail, di kerjakan dengan tangan, dan pembuatannya memakan waktu lama.

Dari 9 desain tersebut terpilih masing-masing 1 desain yang akan di jadikan busana untuk karya tugas akhir. Terpilihnya desain tersebut merupakan desain yang mewakili kata kunci yang terpilih, dan bila disatukan merupakan kesatuan busana yang harmonis. Berikut desain busana yang terpilih:

D. *Prototype Samples, And Construcion*

Ketiga desain utama yang telah terpilih kemudian akan di wujudkan menjadi busana. Sebelum proses pemotongan kain dilakukan pembuatan prototypes (*samples*). Langkah tersebut dibuat untuk mendapatkan hasil sesuai dengan yang diinginkan yaitu pecah pola, dan konstruksi.

Pada tahap ini , penulis membuat 3 karya yaitu: *ready to wear*, *ready to wear deluxe*, dan *haute couture*. Pembuatan pola berdasarkan dengan sketsa yang telah dibuat dan ukuran yang telah di tentukan. Ukuran yang digunakan ialah ukuran standar wanita dan dan ukuran standar pria.

WUJUD KARYA

1. Analisis *Ready To Wear*



Gambar 2. *Ready To Wear Final*

Sumber : Marcelina Magdalena Moray, 2022

Busana *Ready to wear* menswear ini

terdapat 3 pieces, yaitu: *Outer*, pada bagian ini penulis menggunakan kombinasikan kain parasut warna merah, dan kain polyester yang di print dengan motif piral serta di tambahkan aksesoris lingkaran pada outer depan belakang, *Turtle neck shirt*, Pada bagian ini penulis menggunakan kain tessa yang biasa digunakan untuk bahan kemeja berwarna cream, bagian belakang memakai penyelesaian buka tutup *zipper*, *Middle pants*, pada bagian ini penulis menggunakan kain parasut berwarna merah dan penambahan aksesoris motif pilar yang di print pada di kain *polyester* kemudian di tempel pada bagian depan dan di tistik menggunakan tali kur serta penambahan kantong depan belakang yang atasnya runcing seperti bentuk benteng.

2. Analisis *Ready To Wear Deluxe*



Gambar 3. *Ready To Wear Deluxe Final*

Sumber : Marcelina Magdalena Moray, 2022

Busana *Ready to wear deluxe* ini, penulis membuat dress dengan ciri; Bagian atas leher sabrina lalu aplikasi dengan kombinasi kain polyester yang sudah di print motif batu dan relief pada bagian depan dan belakang yang diisi kain keras, dan lengan menggunakan lengan balon *puffed sleeve*, Bagian tengah terdapat *belt* yang di pisah dengan dress dengan tutupan aksesoris lingkaran belt tersebut dilapisi kombinasi kain kemudian diisi kain keras agar bisa kokoh lalu pada bagian belakang terdapat penyelesaian buka tutup menggunakan resleting, Bagian bawah terdapat aksesoris lingkaran dari kain yang di

tempel, lipit berhadapan lurus, pengaplikasian aksan lingkaran menggunakan ring dari besi berwarna *silver*, dan terdapat belahan pada bagian belakang.

3. Analisis *Haute Couture*



Gambar 4. *Haute Couture Final*
Sumber : Marcelina Magdalena Moray, 2022

Pada busana *haute couture* ini terdapat 2 pieces yaitu ; *Outer* dengan kerah drakula depan pendek belakang panjang kombinasi kain berwarna menggunakan kain satin bridal, lengan yang di kerut, dan Bagian depan terdapat aksan analogi dari amphiteater dan pilar yaitu lingkaran yang menggunakan ballen, dan motif relief dinding serta pilar pada bagian belakang yang dilukis, Inner dress panjang menggunakan kain tweed motif salur terdapat leher sabrina bulat, kombinasi *belt*, dan penyelesaian buka tutup menggunakan resleting serta bagian bawah belakang memakai belahan.

E. Promosi Dan Pemasaran

Definisi menurut Harper W (2000:4) bahwa Pemasaran adalah Suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran. Pemasaran adalah kegiatan menyeluruh

terencana yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau institusi dalam melakukan berbagai upaya agar mampu memenuhi permintaan pasar. Tujuan utamanya yaitu untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi penjualan. Pemasaran mencakup seperti periklanan, penjualan, pengiriman produk kepada konsumen atau perusahaan lain untuk kegiatan promosi

F. Branding

Teori Strategi *branding*, atau *Brand Strategy*, manajemen suatu merek dimana terdapat sebagai kegiatan yang mengatur semua elemen-elemen yang bertujuan untuk Suatu brand. *Branding* memiliki peranan penting dalam membangun sebuah usaha karena dengan *branding* dapat membangun citra, jaminan kualitas dari perusahaan, sehingga nantinya memudahkan perusahaan mendapatkan loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa. *Branding* merupakan salah satu cara membedakan bisnis milik pribadi dengan bisnis milik pesaing dan dapat mengklarifikasi apa yang di promosikan yang membuat bisnis menjadi pilihan yang unik, kreatif, berbeda, dan memiliki nilai lebih. *Brand* adalah kegiatan mengkomunikasikan dilakukan oleh sebuah perusahaan yang bertujuan untuk membangun membesarkan *merk* perusahaan dan mempermudah konsumen dalam mencari informasi pakaian yang diinginkan.

G. Penjualan

Kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian negosiasi mengenai harga yang dapat menguntungkan bagi keduanya” (Moekijat, 2000: 488). Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu kegiatan bertemunya seorang pembeli dan penjual yang melakukan transaksi, serta saling mempengaruhi sesama bernegosiasi tentang pertukaran antara jasa barang dengan uang. Proses penjualan selalu berkaitan dengan pemasaran dan branding, yang dimana jika dalam perusahaan sudah membuat strategi pemasaran dan branding dengan baik, maka nantinya akan memudahkan penjualan jasa, produk yang

akan ditawarkan perusahaan.

H. Produksi

Produksi merupakan kegiatan dalam merencanakan jumlah produksi dan distribusi serta kegiatan yang dapat menghasilkan barang maupun jasa. Dalam buku (Manajemen Operasi Produksi Andy Wijaya dan kawan-kawan : 2020), produksi adalah proses menghasilkan sesuatu yang berbentuk barang dan jasa, serta memiliki nilai fungsi. produksi diartikan sebagai suatu fungsi yang menunjukkan hubungan antara hasil fisik dengan faktor distribusi. Tahap produksi adalah tahap dalam merencanakan produksi, mulai dari jumlah yang akan diproduksi, ukuran, modal, serta distribusi. Produk busana karya dengan judul “Analogi Arsitektur Benteng Moraya Dalam Penciptaan Busana Bergaya *Exotic Dramatic*” dari brand Memarch ini diproduksi sesuai dengan konsep dan menghasilkan 3 koleksi busana yaitu terdiri dari *ready to wear*, *ready to wear deluxe*, dan *haute couture*. Berikut adalah rincian biaya produksi yang dihabiskan dalam pembuatan busana berjudul Analogi. Busana *ready to wear* merupakan busana yang diproduksi terbatas sesuai dengan jumlah *purchasing* dari *customer*. Produksi pembuatan busana ini menggabungkan teknik mesin dan tangan. Busana ini hanya butuh waktu sedikit untuk dibuat serta sedikit memiliki tingkat kesulitan dibanding busana *ready to wear deluxe*,

I. Business

Business Model Canvas adalah suatu strategi manajemen yang digunakan untuk menyusun perencanaan bisnis perusahaan dan mempermudah menjalankan strategi bisnis Pertama kali diciptakan oleh Alexander Osterwalder pada tahun 2005.

Tahap ini merupakan penjelasan sistem bisnis yang akan dilaksanakan untuk mempermudah merancang bisnis. Konsep bisnis ini dirancang dengan menggunakan metode Business Model Canvas (BMC). Bisnis model menjelaskan mengenai dasar pemikiran bagaimana sebuah bisnis akan diciptakan, diberikan, dan ditangkap nilainya. Menurut Osterwalder & Pigneur (2010: 18)

Untuk mempermudah pebisnis muda mendirikan dan mengembangkan bisnis mereka, diciptakanlah *bussines model canvas* yang terdiri dari sembilan elemen yaitu: *Value Propositions*,

Customer Segment, *Customer Relationship*, *Channels*, *Key Resources*, *Key Activity*, *Key Partnership*, *Cost Structure* dan *Revenue Stream*;

1. Value Proposition (Proporsi Nilai Konsumen), Value propositions di gambarkan sebagai produk dan nilai tambah yang diberikan oleh sebuah perusahaan untuk memenuhi kebutuhan customer. Nilai yang ditawarkan menjadi pembeda produk, jasa atau lainnya yang menjadi keunggulan. Contoh: location (yang dapat di dijangkau oleh kendaraan roda dua maupun empat), healthy (kebersihan setiap produk terjaga). merupakan nilai yang akan ditawarkan pada pelanggan. Memarch akan menawarkan produk busana wanita dengan konsep desain yang *trendy elegant*, dan *exotic dramatic*. Setiap produksi busana sangat terbatas dan memiliki bahan bahan yang nyaman dan berkualitas.

2. Customer Segment (Target Konsumen), Merupakan penggolongan konsumen atau target pasar yang dituju. Contoh: konsumen yang dituju ialah wanita dengan kisaran umur 17-30 tahun dari kalangan menengah keatas dan tertarik dengan dunia fashion adalah target konsumen yang akan di tuju. Konsumen yang dituju yaitu; *fashion* wanita berumur 17 – 40 tahun dari kalangan menengah hingga atas yang tertarik dengan dunia *fashion*.

3. Customer Relationship (Hubungan Konsumen), *Customer Relationship* mengacu pada hubungan perusahaan dengan konsumen yang bisa dikatakan sebagai urat nadi suatu bisnis. Contoh: Endorsment beberapa artis maupun selebgram yang sedang naik daun juga hal yang tepat dilakukan pada jaman sosial media ini untuk membuat konsumen lebih tertarik. yaitu suatu cara yang digunakan perusahaan dalam berkomunikasi dengan *customer segment*. Hal ini juga membutuhkan teknik pemasaran yaitu; strategi pemasaran melalui pemanfaatan media maupun kesempatan bazaar, dan *event*.

4. Key Activities (Kegiatan), Menggambarkan setiap kegiatan dan tindakan yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan bisnis.

Aktivitas yang terlibat yaitu riset, pengembangan desain, sampel, marketing, branding, promotion, sales dan production. merupakan kegiatan yang dilakukan dalam menjalankan bisnis mulai dari; riset, pengembangan desain, *sample, marketing, branding, sales promotion*, dan produksi.

5.Channel (Saluran), Saluran menggambarkan bagaimana perusahaan memberikan dan menyampaikan Value Propositions kepada konsumen melalui metode yang digunakan ialah online. Contoh: Dengan adanya sosial media mempermudah komunikasi antar pebisnis dengan pelanggan seperti Instagram, Facebook, Website, Line, Whatsup, dll merupakan media yang digunakan untuk promosi. Metode yang dapat dilakukan ialah secara daring melalui media sosial seperti; *facebook, line, whatsapp, website, instagram*, dll. Dengan media sosial tersebut dapat mempermudah perusahaan berkomunikasi dengan konsumen.

6.Key Resources (Sumber Daya), Adalah sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk menjalankan suatu bisnis, berwujud,tidak berwujud dan berbasis keterampilan. Contoh: Dalam menjalankan sebuah bisnis dibidang fashion tentunya perusahaan harus memiliki seorang desainer untuk mendesain produk yang akan diluncurkan tiap tahunnya. Membuat sebuah desain diperlukan penelitian dan pengembangan dari tahun ke tahun. Logo dan brand diperlukan oleh perusahaan dalam pemasaran. merupakan sumber daya yang akan di gunakan dalam mempertahankan bisnis. Hal ini harus dimiliki agar *key activities* dan *value proposition* dapat berjalan dengan baik dan bisa diberikan kepada konsumen. Maka Memarch menggunakan *designer, concept, logo, dan branding* sebagai *key resources*.

7. Key Partners (Kerjasama), Menggambarkan pihak-pihak yang diajak kerjasama dengan tujuan untuk mengoptimalkan sumber daya, mengurangi resiko dan ketidakpastian persaingan, serta meningkatkan kinerja. Contoh: berkerjasama dengan splatfrom jasa pengiriman dan juga berkerjasama dengan penjahit dan toko kain. merupakan pihak yang akan bekerja sama dengan perusahaan yaitu; *supplier* bahan, toko kain, garmen, *makeup hairdo* dan aksesoris. *Memarch* juga mengajak pihak lain untuk bekerjasama dalam meningkatkan sumber daya dan penghasilan.

8.Cost Structure (Rincian Biaya), Menggambarkan rincian biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk untuk memberikan value propositions kepada pelanggan dan melakukan seluruh kegiatan bisnis seperti membangun hubungan antara mitra kepegawaian dan pemasaran. Biaya yang harus dikeluarkan yaitu saat melakukan riset, pembuatan sampel, branding, marketing, serta produksi. merupakan rincian biaya terbesar yang akan dikeluarkan untuk melakukan *key activities* yang berupa *value proposition* yaitu; dengan melakukan research, production, branding, dan marketing merupakan susunan pengeluaran dari yang paling banyak hingga paling sedikit.

9.Revenue Stream (Keuntungan), Yaitu cara menghasilkan keuntungan dari value propositions. Memperoleh keuntungan dari penjualan produk setelah melakukan bazaar maupun penjualan secara online. merupakan cara untuk menghasilkan keuntungan dari value proposition. Memarch memperoleh keuntungan dari penjualan produk secara langsung dengan memanfaatkan media sosial.



Gambar 5. BMC

Sumber : Marcelina Magdalena Moray, 2022

SIMPULAN

Arsitektur Benteng Moraya ini menjadi sumber inspirasi dalam penciptaan karya busana tugas akhir dengan tema “ Diversity of Indonesia”. Arsitektur Nusantara merupakan sebuah fenomena tentang beragamnya karya anak bangsa yang luar biasa, yang mencerminkan kekayaan peninggalan keanekaragam sejarah di Indonesia. Arsitektur

Nusantara secara mendasar merupakan hasil dari buah pikir yang sarat dengan makna yang terungkap dalam setiap wujud fisiknya. Arsitektur Monumen Benteng Moraya yang sudah banyak di kenal oleh masyarakat di Sulawesi Utara ini banyak menggambarkan relief sejarah juga memiliki arti yaitu “genangan darah yang tumpah” oleh karena itu saat ini di bagian depan sudah tertulis dengan tulisan yang tebal dan berwarna merah yang mengartikan darah yang tumpah “BENTENG MORAYA”, kemudian pada bagian pilar-pilar menceritakan sejarah pada saat perang Tondano pertama pada tahun 1661-1664 sampai perang Tondano Ke-Empat pada tahun 1907-1908. Pada perang tersebut Monumen Benteng Moraya menjadi saksi kegigihan masyarakat Minahasa dalam mempertahankan tanah kelahirannya.

- a. Berdasarkan ide di atas maka menghasilkan 3 karya busana yaitu; *ready to wear*, *ready to wear deluxe*, dan *haute couture*. Karya busana ini menggunakan gaya ungkap analogi dari kata kunci yang dipilih sebagai acuan dalam merancang koleksi busana. Adapun kata kunci sebagai berikut; pilar, lingkaran, merah, relief, *exotic dramatic*. Busana ini di realisasikan dengan metode Frangipangi 8 tahapan : Ide pemantik (*design brief*), riset dan sumber (*research and sourcing*), pengembangan desain, sampel (*design development*), *sample*, *prototype and construction*), dan Produksi (*production*), bisnis (*bussines*). Serta menggunakan unsur dan prinsip – prinsip desain sebagai acuan penciptaan koleksi busana.
- b. Ketiga koleksi busana ini nantinya akan di promosikan melalui *brand Memarch* agar dapat memperkenalkan produk kepada masyarakat maka akan dibutuhkan promosi, pemasaran, branding, dan penjualan. Strategi promosi dapat di lakukan melalui media *digital* maupun fisik. Dalam melakukan promosi di butuhkan target pemasara yang akan di tuju juga dibutuhkan tahapan branding; *logo brand*, *bussines card*, *label size*, *price tag* dan *packaging* terakhir ialah penjualan yang dimana ini merupakan tahapan memperhitungkan harga jual.

Proses penciptaan karya busana kualitas pengerjaan harus tetep diperhatikan agar

mendapatkan hasil yang maksimal. Tahapan produksi busana *ready to wear*, *ready to wear deluxe* dan *haute couture* ini memiliki tingkat kesulitan yang berbeda, menggunakan ukuran standar dan bahan sesuai dengan kebutuhan. Tahapan selanjutnya menggunakan *business model canvas* yaitu; *value propostion*, *custumer segments*, *customer relationship*, *key activities*, *channels*, *key resources*, *key partners*, *cost structure*, *revenue stream*.

SARAN

Berdasarkan dari penciptaan koleksi busana *ready to wear*, *ready to wear deluxe* dan *haute couture* dengan judul Analogi Arsitektur Benteng Moraya Dalam Penciptaan Busana Bergaya *Exotic Dramatic*, pada bagian ini penulis hendak memberikan saran yang sekiranya dapat berguna untuk masyarakat. Penulis nantinya berharap karya tulis tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi setiap pembacanya dan dapat dijadikan refrensi dalam penciptaan karya busana sesuai dengan ilmu desain mode serta dapat mengembangkannya dengan tujuan menjadi lebih baik lagi kedepannya.

DAFTAR RUJUKAN

- Amin, Dian. “Upaya Meningkatkan Kemampuan Anak Mengenal Warna dengan Metode Menggambar”. *Jurnal Ilmiah Umum*. Vol.1, No.1
- Batlajeny, Semuel. 2016. “Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen Pada Aparatur Pemerintahan Kmpung Tambat Kabupaten Merauke”: *Jurnal Ilmu Ekonomi*. Universitas Musamus, Vol.vii, No.2, pp 135-155
- Kotler, Philip dan kevin lane keller. 2009. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Moekijat. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju
- Osterwalder, Alexander and pigneur, Yves. 2010. *Business Model Generation*. Jakarta: Elex Media Computindo
- Ratna C.S., Tjok Istri, 2016, *Wacana Fesyen Global dan Pakaian di Kosmopolitan Kuta*, Denpasar, Universitas Udayana, Program Studi Desain Mode.