

INTISARI

Produk *handmade* selalu memiliki keunikan tersendiri dalam setiap produknya, sentuhan seni dan kreatifitas para *crafter* atau *artist* pembuatnya serta beberapa dari produk handmade ini masih memiliki idealisme dan nilai-nilai yang kuat membuat produk *handmade* ini memiliki pasar yang cukup menjanjikan di Jogja. Ide kreatif seperti gagasan, desain dan corak warna yang kadang nyeleneh membuat barang-barang *handmade* milik *brand* lokal laris di pasaran. Konsumen barang *handmade* memiliki alasan tersendiri mengapa lebih memilih barang *handmade* dibanding barang konvensional (produksi massal pabrik) salah satunya yaitu untuk *mensupport* produk dan perekonomian lokal.

Gaya baru konsumen saat ini selain untuk *mensupport local brand* ataupun pengrajin lokal, konsumen mulai *aware* terhadap isu sosial dan lingkungan, karena banyak sekali dampak negatif dari *fast fashion* produk konvensional membuat kiprah dan keberadaan produsen atau *crafter* barang handmade apalagi yang memiliki konsep *sustainable* sedang dalam masa jayanya. Hal ini membuat pertumbuhan ekonomi dalam pasar lokal dan barang-barang *handmade* meningkat. Momen ini menjadi sebuah peluang besar untuk para *crafter* lokal sehingga mereka berlomba-lomba menarik minat atau daya beli konsumen dengan menjual ide dan gagasan kreatif mereka, selain itu perkembangan dunia digital begitu pesat memudahkan *crafter* atau pemilik *local brand* membuat *brand image* produk mereka di *online shop* serta media sosial mereka sebagai salah satu metode promosi.

Kaja Shibori sebagai produsen yang membuat produk *fashion* dari Shibori memakai peluang dari perubahan konsumsi dan gaya hidup untuk mengembangkan produk dan *brand* mereka. memproduksi produk *fashion* yang *sustainable* menjadi pilihan mereka karena selain memiliki dampak yang besar bagi lingkungan, pun sebagai cara untuk menarik minat dan sebagai *brand image* mereka. Karena di era modern ini, dengan segala kemudahan yang didapat menjadi sebuah tantangan bagi pelaku usaha agar selalu memiliki ide kreatif yang membedakan dengan *brand* lain, oleh karena itu Kaja Shibori menggunakan *brand image* mereka sebagai produsen yang *sustainable* selain sebagai Langkah untuk melestarikan lingkungan juga sebagai keperluan *marketing* dan *branding*. Ide serta konsep yang dimiliki oleh pelaku usaha dengan memanfaatkan perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat merupakan hal biasa dalam hal *branding* dan *marketing*, bukan hal yang salah dan dilarang selagi informasi yang disampaikan bukan kebohongan karena nantinya akan menjadi boomerang dan menurunkan kredibilitas dari *brand* tersebut.

Keyword : konsumtif, handmade, sustainable

ABSTRACT

Handmade products always have their own uniqueness in each product, a touch of art and creativity of the crafters or artist makers and some of these handmade products still have strong ideals and values that make these handmade products have a promising market in Jogja. Creative ideas such as ideas, designs and colors that are sometimes eccentric make handmade goods belonging to local brands selling well in the market. Consumers of handmade goods have their own reasons why they prefer handmade goods over conventional goods (mass production of factories), one of which is to support products and the local economy.

In addition to supporting local brands or local craftsmen, consumers are becoming aware of social and environmental issues, because there are so many negative impacts of conventional fast fashion products that make a move and the existence of producers or crafters of handmade goods, especially those with a sustainable concept, are in the future. his glory. This has led to increased economic growth in local markets and handmade goods. This moment is a great opportunity for local crafters so that they are competing to attract consumer interest or purchasing power by selling their creative ideas and ideas, besides that the development of the digital world is so fast that it makes it easy for crafter or local brand owners to create a brand image for their products in the online shop. as well as their social media as a promotional method.

Kaja Shibori as a producer who makes fashion products from Shibori uses the opportunities from changes in consumption and lifestyle to develop their products and brands. Producing sustainable fashion products is their choice because besides having a big impact on the environment, it is also a way to attract interest and serve as their brand image. Because in this modern era, with all the conveniences obtained, it becomes a challenge for business actors to always have creative ideas that differentiate them from other brands, therefore Kaja Shibori uses their brand image as a sustainable producer apart from being a step to preserve the environment as well as a necessity. marketing and branding. Ideas and concepts that are owned by business actors by utilizing changes in lifestyle and consumption patterns of the community are common in terms of branding and marketing, are not wrong and prohibited as long as the information conveyed is not a lie because it will later become a boomerang and reduce the credibility of the brand.

Keyword : consumption, handmade, sustainable