

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setelah 2 tahun masa pandemi pemerintah akhirnya mengeluarkan keputusan untuk mencabut kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Presiden RI Joko Widodo resmi mencabut pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat wilayah Indonesia pada Jumat, 30 Desember 2022. Keputusan tersebut memberikan dampak signifikan bagi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) Sandiaga Uno mengatakan dalam keterangannya usai rapat terbatas dengan Presiden Joko Widodo, setelah satu bulan kebijakan PPKM diberhentikan aktifitas ekonomi khususnya di pariwisata mengalami peningkatan secara signifikan dengan tingkat hunian kamar mencapai 80 sampai 90 persen dari beberapa destinasi favorit seperti, Bandung dan Yogyakarta dan mencapai 100 persen untuk destinasi Bali (Viska, 2023). Sejak 2010-an *staycation* menjadi dikenal di Indonesia. Namun sejak awal 2018 *staycation* mengalami peningkatan peminat di Indonesia terutama di kota-kota besar, bahkan paska pandemi covid-19 *staycation* dapat menjadi solusi bagi wisatawan yang ingin berlibur (Juniarta, 2021). Menurut CEO dan Rev Direktur Verse Hotel, Gavin Gunawan tren *staycation* mulai banyak peminatnya semenjak pandemi covid. Selepas pandemi yang berangsur mereda, antusiasme masyarakat melakukan *staycation* semakin meningkat terutama diakhir pekan (Asrianti, 2022). Selain itu, penggunaan media sosial menjadi salah satu pengaruh peningkatan pada sector pariwisata dengan interaksi publik yang menjadi sarana promosi untuk mengembangkan objek-objek wisata (Rachmadhani dan febriani, 2020). *Staycation* merupakan kegiatan dimana wisatawan dapat tinggal di penginapan seperti hotel, *villa*, *resort*, atau *homestay* yang berada di pegunungan dan bisa juga pantai untuk berwisata dengan memanfaatkan waktu luang sehingga tidak memerlukan waktu dan biaya berlebih (Utami dan Pinasti, 2021).

Disamping itu, destinasi untuk *staycation* salah satunya di perkotaan. Dengan tren gaya hidup saat ini, gaya berpakaian menjadi hal yang penting sehingga tidak bisa dilepaskan dengan keseharian hidup masyarakat (Insani dan Febriani, 2023).

Dilihat dari hasil observasi target market melalui media sosial, seperti Kairissta. Kairissta adalah seorang *influencer* yang aktif di *Instagram*. Kairissta memiliki minat terhadap *staycation* di perkotaan. Tidak lupa kairissta membagikan aktifitasnya sehari-hari dan saat *staycation*. Selain itu kegiatan yang dilakukan saat *staycation* tidak hanya berdiam diri di penginapan, adapula kegiatan seperti berwisata ke daerah sekitar penginapan, menikmati wisata kuliner, dan *cafe hopping*. Pakaian yang dipilih Kairissta untuk melakukan *staycation* di perkotaan dengan menggunakan pakaian yang nyaman dan *simple*. Pakaian yang dikenakan adalah *modest wear*, jenis busana tunik, *blouse*, *outer*, dan rok. Pakaian *modest wear* bisa dijadikan pilihan untuk *staycation*. *Modest fashion wear* merupakan cara berpakaian yang sopan, dengan siluet busana yang tidak membentuk lekuk tubuh dan menutupi bagian tubuh (Riesca, 2016).

Dari observasi secara tidak langsung terhadap beberapa *local brand* melalui sosial media, terdapat beberapa *local brand* produk *fashion* yang sering digunakan untuk melakukan kegiatan *staycation*, seperti Giyomi dan Kemilau.official. Karakter dari kedua *brand* ini memiliki elemen dekoratif yang sama yaitu bordir pada bahan katun. Giyomi memiliki desain koleksi seperti *blouse* atau kemeja dengan teknik bordir berbentuk bunga yang cenderung kecil. Kemilau.official memiliki desain seperti *blouse* dan juga kemeja dengan motif stripes dengan detail bordir di bagian kerah maupun ujung baju baju. Berdasarkan material yang digunakan dari brand tersebut menggunakan material bahan katun yang material mudah kusut untuk digunakan saat *staycation*. Pemilihan busana dengan menggunakan material yang tidak mudah kusut dapat mempermudah konsumen saat *staycation*. Dari kedua *brand* tersebut belum adanya potensi pengembangan desain *modest wear* untuk *staycation* dengan dibutuhkannya material tidak mudah kusut yang dibutuhkan untuk *staycation*.

Melihat adanya potensi dari fenomena yang sudah dituliskan sebelumnya, dalam penelitian ini akan dilakukan perancangan pengembangan produk busana *modest wear* khususnya bagi masyarakat yang gemar melakukan kegiatan *staycation* di

area perkotaan serta merencanakan peluang bisnis terhadap produk tersebut yang sesuai dengan target marketnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, Adapun identifikasi masalah yang dapat diidentifikasi yaitu sebagai berikut:

1. Adanya potensi pengembangan produk *modest wear* untuk masyarakat yang melakukan kegiatan *staycation* di perkotaan.
2. Adanya perencanaan bisnis untuk mengembangkan produk *modest wear* Wanita untuk masyarakat yang melakukan kegiatan *staycation* di perkotaan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka ada beberapa rumusan masalah yang bisa diangkat, yaitu :

1. Bagaimana cara memenuhi kebutuhan busana *modest wear* masyarakat untuk *staycation* di perkotaan?
2. Bagaimana perencanaan model bisnis dalam pengembangan busana *modest wear* untuk wanita yang gemar melakukan *staycation* di perkotaan?

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Eksplorasi yang diaplikasikan dan dikembangkan pada busana adalah *surface design textile* bordir.
2. Produk yang dihasilkan pada penelitian ini dibatasi pada produk *modest wear*.
3. Target market busana *modest wear* dibatasi untuk wanita berumur 21-31 tahun yang gemar melakukan *staycation* di perkotaan.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari adanya penelitian ini adalah:

1. Merancang busana *modest wear* untuk memenuhi kebutuhan wanita yang gemar melakukan *staycation* di perkotaan.

2. Membuat perencanaan bisnis untuk mengembangkan produk *modest wear* untuk wanita yang gemar melakukan *staycation* di perkotaan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat memberikan alternatif busana sebagai busana *travelling* untuk wisatawan yang gemar melakukan *staycation* di perkotaan.
2. Memaksimalkan dan menciptakan ide peluang bisnis busana *modest wear* di industri *local brand*.

1.7 Metode Penelitian

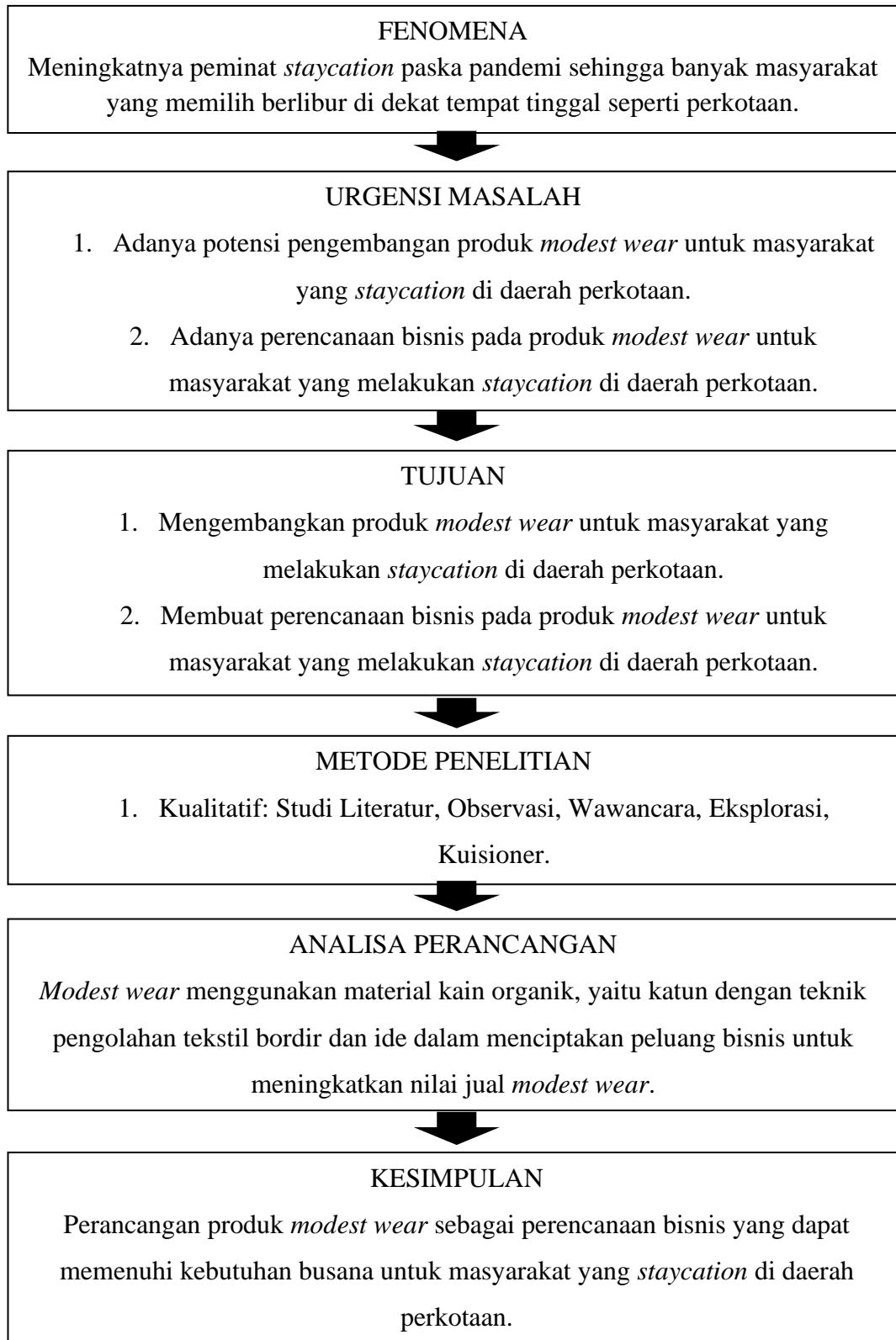
Dalam penelitian ini menerapkan metode kualitatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi
Melakukan observasi langsung dan tidak langsung (*online*) pada *brand-brand* yang memiliki konsep serupa dengan *brand* yang akan dibuat.
2. Studi literatur
Melakukan pengumpulan data melalui studi literatur dari berbagai sumber buku, jurnal, *e-book*, dan berbagai sumber yang berkaitan dengan masalah penelitian.
3. Wawancara
Melakukan wawancara kepada narasumber yang memiliki ketertarikan dengan penelitian, perencanaan bisnis, dan target market yang dituju.
4. Eksplorasi
Melakukan pengumpulan uji coba dengan percobaan objek langsung pada material yang akan digunakan.
5. Kuisisioner
Melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan angket kepada responden target market yang sesuai dengan target yang dituju, kuisisioner disebar untuk mengetahui kebutuhan berpakaian target market.

1.8 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Kerangka Penelitian



1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian disusun dalam beberapa bab yang di mana setiap bab memiliki sub bab untuk menjelaskan penelitian yang dilakukan. Rangkaian bab tersebut terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II STUDI LITERATUR

Berisi tentang penjelasan studi literatur mengenai beberapa teori yang memiliki keterkaitan dengan masalah penelitian untuk memperkuat penelitian dengan landasan dan metode penelitian.

BAB III DATA DAN ANALISA PERANCANGAN

Berisi tentang penjabaran hasil penelitian dan analisa yang sudah diperoleh dari data primer seperti observasi, wawancara, dan kuisisioner, eksplorasi, serta data sekunder yang diperoleh untuk mendukung data primer.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Berisi tentang penjelasan tentang konsep perancangan dari Analisa *brand* pembandingan, deskripsi konsep, konsep *imageboard*, *lifestyle board*, hasil eksplorasi lanjutan dan terpilih, desain produk, proses produksi serta visualisasi *merchandise* dan visualisasi produk akhir dari penelitain.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan.