

PERANCANGAN MODEST WEAR WANITA UNTUK STAYCATION DI PERKOTAAN DAN PERENCANAAN BISNINSYA

Rosada Intan Prawita¹, Rima Febriani² dan Sari Yuningsih³

^{1,2,3} Kriya, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257
rosadaintan@student.telkomuniversity.ac.id, rimafebriani@telkomuniversity.ac.id,
sariyuningsih@telkomuniversity.ac.id

Abstrak Setelah 2 tahun pandemi covid-19 pemerintah mencabut kebijakan PPKM, dengan dicabutnya keputusan tersebut meningkatkan jumlah masyarakat yang melakukan aktivitas di luar ruangan, seperti staycation di perkotaan. Dengan meningkatnya minat masyarakat melakukan staycation di perkotaan meningkat pula kebutuhan busana untuk staycation di perkotaan. Di sisi lain modest wear saat ini mulai diterima di pasar Indonesia dan diminati. Dari fenomena yang terjadi, dapat memunculkan sebuah kebutuhan bagi masyarakat khususnya wanita dalam memilih atau menggunakan modest wear untuk staycation di perkotaan. Staycation di perkotaan biasanya dilakukan dipenginapan seperti hotel, apartemen dan sebagainya. Masyarakat saat staycation akan memperhatikan busana dan kualitas bahan untuk kenyamanannya saat melakukan aktivitas. Perancangan produk dilakukan dengan mengutamakan untuk menggunakan material yang tidak mudah kusut, seperti bahan poliester dan snow sheer. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode pengumpulan data studi literatur, observasi, wawancara, eksplorasi, dan penyebaran kuisisioner kepada sampling target market potensial. Hasil dari penelitian ini yaitu membuat modest wear untuk wanita yang gemar melakukan staycation di daerah perkotaan dengan memanfaatkan teknik reka latar yaitu teknik bordir sebagai dekorasi busana yang sederhana. Serta perencanaan bisnis untuk produk modest wear yang berpeluang sebagai produk alternatif bagi target market.

Kata Kunci: Modest wear, Staycation, Perencanaan Bisnis

Abstract After 2 years of the covid-19 pandemic, the government revoked the PPKM policy, with the revocation of the decision an increasing number of people are doing outdoor activities, such as staycation in urban areas. With the increasing interest of people doing a staycation in urban areas, the need for fashion for a staycation in urban areas also increases. On the other hand, modest wear is now starting to be accepted in the Indonesian market and demand. The phenomenon that occurs, can create a need for people, especially women, to choose or use modest wear for staycation in urban areas. Staycation in urban areas is usually done in lodging such as hotels, apartments, and so on. People during staycation will pay attention to clothing and quality of materials for comfort

while doing activities. Product design is done by prioritizing to use of materials that do not wrinkle easily, such as polyester and snow sheer. This research uses a qualitative method with data collection methods of literature study, observation, interviews, exploration, and distributing questionnaires to a sampling of potential target markets. The result of this research is to create modest wear for women who like to do a staycation in urban areas by utilizing the background design technique, namely the embroidery technique as a simple fashion decoration. As well as business planning for modest wear products that have the opportunity as alternative products for the target market..

Keywords: Modest wear, Staycation, Business planning

PENDAHULUAN

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 PPKM wilayah Indonesia pada akhir tahun 2022. Keputusan tersebut memberikan dampak yang signifikan bagi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Dalam Kementerian 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. 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.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan metode pengumpulan data studi literatur, observasi, wawancara, eksplorasi, dan kuisisioner. Studi literatur merupakan metode yang dilakukan untuk mengumpulkan data terkait *staycation* di perkotaan yang ada di Indonesia terutama setelah dampak pandemi Covid-19, perkembangan *modest wear* di Indonesia, jenis-jenis elemen dekoratif yang dapat diaplikasikan pada produk *modest wear* untuk *staycation*, dan Business Model Canvas, bersumber dari berbagai literatur seperti buku, e-book, jurnal, e-proceeding, dan laporan tugas akhir sebelumnya. Selanjutnya observasi, observasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah observasi *online*. Observasi *online* yang dilakukan merupakan observasi terkait *brand* pembanding dan produk *brand* referensi dengan tujuan untuk mendapatkan referensi produk *modest wear* sebagai desain awal produk. Kemudian melakukan observasi *icon profile* yang dapat menjadi target market

yang senang melakukan *staycation* di perkotaan dengan menggunakan *modest wear* dengan tujuan mengetahui kebutuhan yang diperlukan target market.

Metode kuisisioner dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada beberapa target market potensial yang senang mealukan *staycation* di perkotaan dengan menggunakan *modest wear* serta mengetahui miant dan kebutuhan target market terhadap *modest wear*. Pengambilan data kuisisioner ini dimulai dengan proses penentuan beberapa pertanyaan yang sesuai dengan penelitian, yang selanjutnya akan disebarakan kepada responden. Metode wawancara kepada narasumber yang berkaitan dengan *modest wear* dan *staycation*. Tyas Apriolita yang merupakan karyawan penjaga toko *brand modest* MFMW untuk mengetahui minat Masyarakat terhadap *modest wear*. Selanjutnya Maulindieta Alvia Nugraha yang senang menggunakan *modest wear* untuk melakukan *staycation* di perkotaan, wawancara dilakukan dengan tujuan mengetahui kebutuhan produk dan material yang dibutuhkan untuk menunjang kebutuhan *staycation* di perkotaan. Kemudian tahapan eksplorasi, yang dilakukan untuk melakukan eksplorasi terhadap desain dan motif bordir dan warnanya. Kemudian eksplorasi sketsa awal desain dengan tujuan mengetahui desain yang akan digunakan untuk membuat *modest wear*.

HASIL DAN DISKUSI

Data Literatur

Scamper Technique

Teknik *SCAMPER* adalah Teknik pemecahan masalah dengan pertanyaan yang terarah untuk memberikan ide baru atau modifikasi dari yang sudah ada sebelumnya (Serrat, 2017). Huruf yang ada pada kata *SCAMPER* mengartikan sesuatu yang akan dilakukan. Menurut Serrat (2017) mengatakan bahwa Teknik *SCAMPER* terdiri dari *Subtitute* (Pengganti), *Combine* (Penggabungan), *Adapt*

(Adaptasi/menyesuaikan), *Magnify/Modify* (Modifikasi), *Put other to used* (Penempatan untuk kegunaan lain), *Eliminate* (Eliminasi), dan *Rearrange/ Reverse* (Penyusunan ulang).

Modest Fashion

Modest fashion adalah cara berpakaian yang sopan dengan potongan yang menutupi sebagian tubuh dan tidak membentuk siluet dan memperlihatkan lekuk tubuh (Riesca, 2016). Berdasarkan buku *Trend Forecasting (2017-18:8)*, Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam budaya dan mayoritas beragama Islam. Dalam dunia *fashion*, ada empat gaya busana muslim yang berkembang secara di Indonesia, yaitu *Syar'i Modern*, *Syar'i Konvensional*, *Modest Modern*, dan *Modest Konvensional*.

Staycation

Staycation berasal dari Bahasa Inggris "*stay*" yang berarti tinggal dan "*vacation*" yang berarti berlibur, dengan itu *staycation* dapat diartikan berlibur dengan cara menetap atau tinggal (Natashia dan Rahmawati, 2023). Pemilihan lokasi *staycation* di perkotaan dipilih dengan beberapa alasan seperti dapat menghemat waktu dan menghemat biaya untuk yang bertinggal di perkotaan. *Staycation* di perkotaan dapat dilakukan di beberapa tempat seperti hotel dan apartemen (Rahmawati, 2022)

Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis merupakan konsep yang menggambarkan rencana pengembangan bisnis serta strategi untuk merealisasikan rencana tersebut dalam jangka waktu yang sudah ditetapkan (Noor dan Rahmasari, 2018). Perencanaan bisnis hal yang sangat penting bagi pengusaha dalam mengambil kebijakan perusahaan dengan tujuan agar bisnis yang akan dilaksanakan atau yang sudah berjalan tetap berjalan sesuai dengan yang direncanakan (Rangkuti, 2000). Dalam perencanaan bisnis dapat menggunakan *Business Model Canvas*, dalam buku *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and*

challengers bisnis model adalah model bisnis yang memvisualisasikan dasar pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (2010:Vol.1). Untuk membuat bisnis lebih strategis, sistematis dan sesuai dengan target market yang dituju dibutuhkan *Business Model Canvas* (Manurung, Febriani dan Yuningsih, 2023). Osterwalder dan Pigneur (2010) menjelaskan bahwa bisnis model yang baik dapat digambarkan dalam sembilan blok dasar, dari Sembilan blok tersebut sudah mencakup empat bidang utama bisnis, yaitu pelanggan, penawaran, infrastruktur, dan kemampuan finansial. *Business model* merupakan gambaran secara jelas tentang strategi yang diterapkan melalui struktur, proses, dan system organisasi. Sembilan blok tersebut, yaitu *Customer Segments, Value Propotions, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, dan Cost Structure*.

Data Primer

Hasil Observasi

Metode observasi ini dilakukan bertujuan untuk mengumpulkan data perkembangan produk *modest wear* pada *local brand*, serta pengaplikasian elemen dekoratif pada pakaian.

1. Pemilihan warna pada *local brand* menggunakan neutral dan *earth tone color*.
2. Penggunaan material dengan material katun seperti katun linen.
3. Elemen dekoratif yang digunakan adalah bordir dan *digital printing*.
4. Inspirasi motif yang dipilih dari bentuk tumbuhan/tanaman.
5. Jenis produk *modest wear* yang dijual dengan *cutting simple*, seperti tunik, kemeja, *blouse, oneset, celana, dan midi dress*.
6. Penulisan ukuran/*size* pada produk menggunakan ukuran S, M, L, dan XL.

Hasil Wawancara

Proses wawancara dilakukan bertujuan untuk mendapatkan data terkait busana *modest* yang ada di pasaran dan mendapatkan data terkait busana *modest* yang diminati konsumen dan busana yang digunakan saat *staycation*. Berikut hasil wawancara narasumber:

Tabel 1 Hasil Wawancara

No	Narasumber	Hasil Wawancara
1	Tyas Apriolita	<ul style="list-style-type: none"> a. Produk yang diproduksi seperti rok, celana, tunik, kemeja, <i>blouse</i>, gamis, <i>dress</i>. b. Produk yang diminati konsumen <i>blouse</i>, kemeja, rok, celana, dan tunik. c. Material yang digunakan untuk beberapa produk adalah katun dan linen. d. Elemen dekoratif yang digunakan bordir dan <i>digital printing</i>. e. Tersedia pakaian anak.
2	Maulindieta Alvia Nugraha	<ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan <i>staycation</i> di perkotaan seperti Yogyakarta dan Bandung dan menginap di hotel. b. Membawa 2-3 pasang busana saat <i>staycation</i>. c. Jenis busana yang di bawa seperti kemeja, <i>blouse</i>, dan celana. d. Aktivitas <i>staycation</i> melakukan wisata kuliner dan datang ke tempat wisata yang terkenal.

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2023)

Hasil Kuisisioner

Pengumpulan data dilakukan secara kuisisioner kepada sampling target market potensial untuk mendapatkan data mengenai kebutuhan target market. Dari hasil kuisisioner umur responden dari kisaran 21-28 tahun yang tinggal di daerah Tangerang, Yogyakarta, Bandung, dan Jakarta yang berkerja sebagai Mahasiswa, dibidang industri kreatif (desainer, arsitek, editor, dll), pekerjaan formal (guru, dosen, dokter, dll), dan pembisnis. Responden sudah pernah *staycation* di perkotaan Bersama keluarga dan teman dan memilih penginapan di Hotel. Selain itu beberapa pakaian yang dipilih reponden untuk *staycation* adalah pakaian yang memiliki bahan yang tidak mudah kusut, tidak tebal dan mudah menyerap keringat. Jenis pakaian yang dipilih seperti kemeja lengan panjang,

blouse, tunik, kulot, celana yang memiliki elemen dekoratif bordir yang sederhana dengan warna *earth tone*.

Deskripsi Konsep Perancangan Produk

Konsep *Moodboard* (Modyst)






Gambar 1 *Moodboard*


Sumber : Dokumentasi Pribadi (2023)

Earthli yang diambil dari kata earth dan lili, eart yang diambil dari warna pada koleksi ini yaitu *earth tone* atau warna bumi atau warna alami dan li yang diambil dari kata bunga lili yang berarti kesederhanaan, kemurnian, dan keindahan. Oleh karena itu, Earthli yang merupakan gabungan dari *earth* dan lili adalah kombinasi dua kata yang membangkitkan rasa keindahan alami. Earth yang mewakili dunia alami, sedangkan lili adalah bunga yang lembut dan Anggun yang sering diasosiasikan dengan kemurnian. Secara keseluruhan, nama earthli menyampaikan kesan kesederhanaan dan kehalusan yang selaras dengan *modest*. Perancangan busana dengan desain sederhana dengan mengaplikasikan motif bordir berbentuk bunga lili. Busana ini menggunakan bahan kain *poliester* dan *snowsbeer* yang merupakan bahan tidak mudah kusut. Busana yang akan dirancang berupa atasan, bawahan, serta *long tunic* yang akan memenuhi kebutuhan busana *modest* saat *staycation* di perkotaan. Pengaplikasian bordir sederhana pada material kain yang tidak mudah kusut, seperti kain *poliester* dan *snowsbeer* sebagai diferensiasi *brand*.

Hasil Eksplorasi Teknik Bordir

Tabel 2 Hasil Eksplorasi Bordir

No	Eksplorasi	Keterangan
1.		<p>Eksplorasi stilasi <i>digital</i> bunga lili sebagai motif bordir.</p>
2.		<p>ksplorasi stilasi <i>digital</i> bunga lili sebagai motif bordir.</p>
3.		<p>Eksplorasi bordir pada kain <i>snow sheer</i>.</p>


4.		Eksplorasi bordir pada kain poliester.
----	---	--

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2023)

Sketsa Desain Produk Terpilih dan SCAMPER (Modyst)

Setelah melakukan konsep perancangan, proses eksplorasi dan data wawancara target market, selanjutnya melakukan perancangan busana yang terdiri dari 5 desain yang dan terpilih 3 desain oleh responden melalui kuisisioner.

Tabel 3 Sketsa Desain dan SCAMPER

no	Inspirasi dan Desain
1	
<p style="text-align: center;">DESAIN 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Subtitute</i>: mengganti material kain linen dengan material kain poliester yang tidak mudah kusut. • <i>Adapt</i>: mengadaptasi warna dengan warna coklat dan detail <i>blouse</i> ke dalam bentuk <i>long tunic</i>. • <i>Modify</i>: memodifikasi bentuk <i>blouse</i> menjadi long tunic dengan detail lengan manset, serta memodifikasi motif bunga lili. 	



DESAIN 3

- *Subtitute*: mengganti material kain katun dengan material kain *poliester* yang tidak mudah kusut.
- *Adapt*: mengadaptasi bunga lili menjadi bentuk bordir sebagai elemen dekoratif.
- *Modify*: memodifikasi bentuk rompi menjadi nyatu dengan baju, serta memodifikasi bentuk bordir menjadi bordir *outline*.



DESAIN 5

- *Subtitute*: mengganti material kain polysilk dengan material kain *poliester* yang tidak mudah kusut.
- *Adapt*: mengadaptasi bunga lili menjadi bentuk bordir sebagai elemen dekoratif.
- *Modify*: memodifikasi bordir menjadi bordir *outline*, serta bentuk lain dengan menambahkan tangkai pada bordir.

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2023)

Visualisasi Produk *Brand Modyst*

Setelah melakukan tahapan produksi, berikut visualisasi produk pada penelitian ini:



Gambar 2 Visualisasi Desain
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2023)

Visualisasi Merchandise



Gambar 3 *Packaging*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2023)



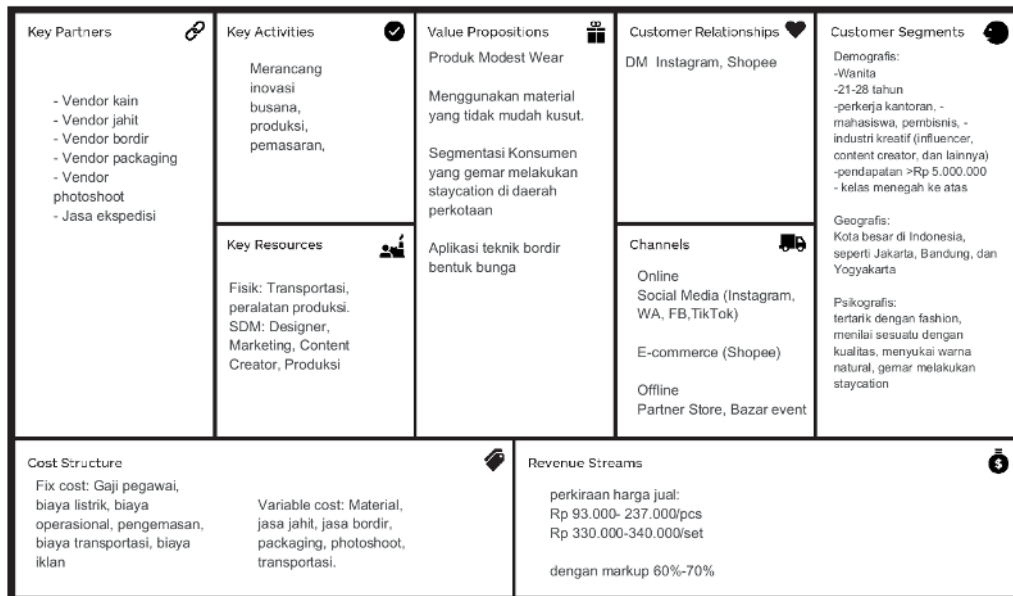
Gambar 5 *Sticker*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2023)



Gambar 4 *Thankyou Card dan Tag*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2023)

Perancangan Bisnis

The Business Model Canvas



Gambar 5 *Business Model Canvas*
 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2023)

Penjualan produk dengan beberapa jenis produk yang ditawarkan rata-rata memiliki kisaran harga Rp 93.000 – Rp 237.000/pcs dan Rp 330.000 – Rp 340.000/set. Harga yang ditawarkan dapat terjadi perubahan setiap produk dengan penyesuaian kualitas.

Rencana Pasar

Rencana pasar akan dilakukan untuk memasarkan dan mengenalkan produk *brand* Modyst kepada konsumen atau target market secara luas. Penjualan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu *online* dan *offline*. Penjualan *online* dilakukan melalui sosial media *Instagram* dan *TikTok* dan *e-commerce* *Shopee* dan *TikTok Shop*. Penjualan *offline* dapat dilakukan melalui *bazar event* acara di Mall, mengikuti exhibition *modest fashion*, dan juga melakukan Kerjasama dengan *Currated Store*, seperti Happy Go Lucky untuk memberikan fasilitas dan pengalaman konsumen terhadap material dan desain produk secara langsung.

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan yang telah disampaikan mengenai hasil penelitian yang telah dianalisa, maka dapat disimpulkan bahwa kebutuhan Wanita dalam membeli busana untuk *staycation*, mereka lebih memilih busana dengan desain yang *simple*, dengan menggunakan material yang nyaman, ringan, tidak begitu tebal, dan tidak mudah kusut. Mereka menyukai warna-warna yang tidak terlalu mencolok, contohnya *earth tone color*. Material poliester dan *snow sheer* mampu memberi kenyamanan yang cukup baik. Kedua bahan tersebut nyaman digunakan di dalam dan di luar ruangan, selain itu bahan tersebut juga tidak terlalu berat dan bahan poliester memiliki serat yang kuat sehingga tidak mudah kusut sehingga memudahkan saat dibawa dan digunakan oleh konsumen saat *staycation*. Penggunaan teknik dekoratif bordir dengan warna senada yang diadaptasi dari bentuk bunga lili sebagai aksen pada busana. Diadaptasi dari bentuk bunga lili sebagai aksen pada busana.

Perancangan model bisnis diawali dengan kebutuhan bagi konsumen wanita peminat *staycation* di daerah perkotaan dan meningkatnya minat *modest wear* di pasar Indonesia, untuk merancang *modest wear* yang cocok digunakan saat *staycation* di perkotaan. Dengan perancangan model bisnis dapat menggambarkan rencana pengembangan bisnis serta strategi bisnis yang akan dilakukan. Perancangan dilakukan menggunakan bahan material tidak mudah kusut. Tahap berikutnya adalah menganalisa target market serta *brand* pembeding sehingga penulis mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dapat dijadikan sebagai peluang usaha baru. Kemudian melakukan kuisisioner target market potensial untuk mengetahui detail yang dibutuhkan dan diminati. Hal tersebut dilakukan untuk meminimalisir terjadinya pemasaran dan penjualan produk yang kurang diminati target market yang menjadi hambatan. Setelah data dan tahapan dilakukan lalu dilakukan analisis kedalam bentuk *Business Model*

Canvas agar perancangan bisnis dapat lebih strategis, tersusun, dan tepat pada sasaran target market yang diinginkan.

Saran Untuk penelitian selanjutnya, pada uji tes pasar sebaiknya dilakukan dengan sampling dengan jumlah responden yang lebih banyak target market potensial. Pemilihan kain dapat dikembangkan menjadi produk dengan desain yang lebih bervariasi dengan menyesuaikan tren busana yang diminati target market. Serta eksplorasi yang dapat dikembangkan dengan teknik lainya, seperti *printing* dengan motif yang lebih menarik. Selain itu, dekorasi bordir dibuat lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Buku Trendforecasting Bekraf. Greyzone: *Modest* 2017/2018. Diunggah melalui <http://trendforecasting.bekraf.go.id/>
- Ernawati, D. (2008). *Tata Busana untuk SMK by Ernawati, Izwerni, Weni Nelmira (zlb.org).pdf*. Pusat Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Insani, G. M., & Febriani, R. (2023). PERANCANGAN WORK WEAR SEMI FORMAL BAGI WANITA DENGAN GAYA HIDUP MODERN DAN PERENCANAAN BISNISNYA. *eProceedings of Art & Design*, 10(3).
- Juniarta, P. P. (2021). Pengaruh promosi *staycation* terhadap keputusan tamu menginap di alila hotel seminyak saat pandemi covid-19. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 5(1), 138-149.
- Natashia, M. A., & Rahmawati, P. I. (2023). Strategi Bali Paragon Resort Hotel untuk Meningkatkan Pendapatan di Masa Pandemi Covid-19 melalui Pemasaran *Staycation*. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(1), 188-193.
- Noor, C. M., & Rahmasari, G. (2018). Esensi Perencanaan Bisnis yang Memadai Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3).

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers* (Vol. 1). John Wiley & Sons.
- Manurung, M., Febriani, R., & Yuningsih, S. (2023). PERANCANGAN DAN PERENCANAAN BISNIS BUSANA LEISUREWEAR DENGAN PENGAPLIKASIAN TEKNIK BORDIR UNTUK WANITA BERGAYA HIDUP SEHAT. *eProceedings of Art & Design*, 10(3).
- Rachmadhani, D. A. V., & Febriani, R. (2020). Perancangan Outer Dengan Konsep *Modest Travel Wear* Untuk Wanita Travelling Pada Musim Gugur. *eProceedings of Art & Design*, 7(2).
- Rangkuti, F. (2000). *Business plan: teknik membuat perencanaan bisnis dan analisis kasus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Riesca, Chekka. (2016). *Geliat Perkembangan Modest wear di Indonesia*. Harpers Bazaar: Indonesia.
- Serrat, Oliver. (2017). *The SCAMPER Technique*. In: *Knowledge Solutions*. P.311-314.
- Utami, D. W., & Pinasti, V. I. S. (2021). STAY VACATION (STAY CATION) SEBAGAI GAYA HIDUP MAHASISWA YOGYAKARTA. *E-Societas*, 10(4).
- Data alasan memilih *staycation* dalam kota, data diperoleh melalui situs internet: <https://indonesiaindustry.com/alasan-orang-orang-lebih-memilih-staycation-dalam-kota.html>. Diunduh pada 15 Januari 2023.
- Data *Staycation* Paska Pandemi dari Republika, data diperoleh melalui situs internet: <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rk1vro414/pandemi-berangsur-reda-tren-staycation-semakin-meningkat>. Diunduh pada tanggal 20 Juli 2023.
- Sektor Pariwisata dan Ekonomi kreatif usai PPKM dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, diperoleh melalui situs internet: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/47145/usai-ppkm-sektor->

pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-meningkat-signifikan/0/berita. Diunduh
pada tanggal 5 Mei 2023.

