

Perancangan *Outer* Dengan Konsep *Modest Travel Wear* Untuk Wanita Travelling Pada Musim Gugur

Dyah Ayu Vanya Rachmadhani¹ , Rima Febriani²

¹Mahasiswa Program Studi Kriya Tekstil Dan Mode, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University

²Staf Pengajar Program Studi Kriya Tekstil Dan Mode, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University

¹e-mail: vanyarachpink@students.telkomuniversity.ac.id (Dyah Ayu Vanya R.)

²e-mail: mori.telkomuniversity@gmail.com (Rima Febriani)

ABSTRAK

Tren *modest wear* telah berkembang pesat di dunia, salah satu bukti perkembangannya bisa dilihat dari fenomena *brand Hi-End* seperti Dolce and Gabbana ikut meluncurkan *modest wear* yaitu abaya untuk koleksi *autumn/winter ready to wear* 2016. *Modest wear* sendiri memiliki arti yaitu pakaian yang sopan dan mengaburkan siluet namun berbeda dengan pakaian muslim yang memiliki syarat tertentu dalam penciptaannya. Maka dari itu perkembangan *Modest wear* di Indonesia sangat cepat karena sesuai dengan budaya pakaian orang Indonesia yang menyukai pakaian yang sopan, sehingga memberikan dampak yaitu munculnya banyak *brand modest wear* dan pagelaran *fashion show* di Indonesia yang mengusung konsep *modest wear*. Fenomena *modest wear* membuat langkah masyarakat konsumtif *modest wear* dapat dibaca dengan mudah, seperti salah satunya adalah menyukai kegiatan *travelling* dimusim gugur dan penggunaan konsep baju yang *layering*, namun masih belum ada *brand* di Indonesia yang mengusung konsep *modest travel wear*. Berangkat darisitu penulis melihat adanya peluang dalam menciptakan bisnis dan koleksi dengan konsep *modest travel wear* untuk wanita pada musim gugur, dalam penelitian ini penulis menciptakan koleksi dengan melihat dari segi penjelasan *modest wear* dan *travel wear* yang mana bisa berupa material, konsep desain, dll. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dilakukan meliputi studi literatur, observasi lapangan, wawancara dan eksplorasi. Untuk tambahan konsep dari koleksi tersebut penulis menggunakan kearifan lokal ikan terbang yang memiliki arti kebebasan sesuai dengan konsep wanita yang menyukai kegiatan *travelling*. Maka dari itu eksplorasi menggunakan teknik bordir, *Plisket* dan *digital printing* sebagai elemen dekoratif. Dalam penelitian ini, penulis dapat menemukan peluang usaha baru untuk membuat *brand modest travel wear* untuk wanita penyuka kegiatan *travelling* pada musim gugur.

Kata Kunci : *Modest Wear, Modest Travel Wear, Travelling, Musim gugur, Peluang usaha baru*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tren modest wear telah berkembang di dunia salah satu penyebabnya karena fenomena brand D&G mengeluarkan koleksi modest wear yaitu abaya untuk koleksi *autumn/winter ready to wear* 2016. Dan menurut *Journal Spire Research and Consulting* yang berjudul *Modest wear The Fashion World Wakes Up to Modesty*, *modest wear* mulai populer pada pertengahan 2000-an dikarenakan naiknya tingkat kesadaran seseorang untuk menutupi bentuk tubuh (*Spire Research and Consulting*, 2019: 3). Selain menutupi bentuk tubuh, *Modest Wear* merupakan *fashion* yang memiliki gaya yang sopan, mengaburkan siluet, dan tidak transparan.

Melihat perkembangan *modest wear* secara global, tidak sedikit *local brand fashion* Indonesia yang mengambil konsep *modest wear*, seperti Rashawl, Jenahara, dan Shajna yang mana *local brand fashion* untuk wanita tersebut memiliki karakter dan konsep yang *simple*, siluet yang sederhana dan *elegant*. Sementara itu riset melalui media sosial, menyimpulkan bahwa target market ketiga *local brand* tersebut adalah wanita yang memiliki hobby *travelling*, selain itu penulis melakukan pendataan mengenai musim yang sering dikunjungi oleh konsumen brand tersebut dan menyimpulkan bahwa 55% musim liburan yang dilakukan oleh konsumen wanita brand tersebut adalah musim gugur. Di

samping itu seiring berkembangnya tren *modest wear*, tren *travelling* muncul sebagai kebutuhan yang tidak lagi tersier di masyarakat, dan berdasarkan riset Google Indonesia ditahun 2018 bersama Traveloka mengenai tren *travelling*, dapat disimpulkan bahwa di Indonesia data menunjukkan 7 dari 10 tujuan tempat yang paling banyak ditelusuri *traveller* Indonesia adalah negara diluar Asia Tenggara dengan rata-rata negara yang memiliki empat musim seperti Korea dan Jepang.

Sementara itu *local brand* Indonesia dirasa masih kurang dalam memenuhi kebutuhan konsumen wanita Indonesia akan fenomena yang terjadi, yaitu masih sulitnya mencari *local brand* yang mengusung konsep *modest travel wear*. Disamping itu *market place* seperti Boksha yang ada di negara timur tengah sudah mengembangkan *modest travel wear* sebagai konsep tambahan pada websitenya dan didalamnya terdapat *local brand* yang menggunakan konsep *modest travel wear* seperti brand Alita Pleat, dan Labsa21.

Berdasarkan data yang diperoleh 67% konsumen wanita *brand modest wear* yaitu Rashawl menggunakan artikel *outer* untuk kegiatan *travelling* dengan gaya *layering*, dan disamping itu para wanita tersebut memiliki kecenderungan menyukai kegiatan fotografi dan memiliki keinginan untuk membuat foto yang bagus dengan aspek menggunakan produk yang dapat menunjang kebutuhan foto untuk sosial medianya salah satunya produk *outer*.

Dengan melihat fenomena yang terjadi penulis melihat adanya peluang pengembangan *modest travel wear* untuk wanita, yaitu dengan perancangan produk yang paling banyak digunakan saat *travelling* dan fotografi yaitu *outer*. *Outer* adalah fashion yang digunakan untuk menutupi tubuh dan melapisi pakaian sebelumnya atau didalamnya, selain itu jenis *outer* ada beragam, seperti *abaya*, *coat*, *jacket*, dan *parka*. Pengembangan dan inspirasi *outer* akan diambil dari *outer* yang sering digunakan di negara empat musim seperti *coat*, dan dalam pembuatannya juga mempertimbangkan eksplorasi yang *wearable* serta sesuai dengan selera konsumen brand perbandingan seperti menggunakan teknik rekalar yaitu *pleats* dan *border* namun tetap mencakupi prinsip dan unsur desain didalamnya. Selain dari segi desain, pertimbangan penggunaan material yang cocok di negara empat musim juga dilakukan seperti material *polyester*, *twill*, atau *woll*. Disamping itu penulis melihat adanya peluang menciptakan *local brand* dengan konsep koleksi *modest travel wear* dengan pengembangan *outer* untuk musim gugur, untuk menguatkan karakter dari produk tersebut dan memberikan nilai jual dalam brand tersebut ditambahkan unsur kearifan lokal ikan terbang, karena memiliki filosofi sesuatu yang kuat dan bebas serta suka berpetualang.

Identifikasi Masalah

Dilihat berdasarkan latar belakang penelitian ini, dapat diidentifikasi bahwa tren *modest wear* sedang tinggi dan menjadi minat bagi wanita Indonesia yang menyukai *modest* dan *travelling* terutama di negara empat musim dan musimnya pada musim gugur. Maka dari itu adanya potensi perancangan *outer* dengan konsep *modest travel wear* untuk wanita *travelling* pada musim gugur dan Adanya peluang bisnis pada pengembangan busana *modest wear*, khususnya yang dipakai ketika melakukan perjalanan wisata di musim gugur.

Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang diidentifikasi, rumusan masalah yang dapat disimpulkan adalah bagaimana pengembangan *modest wear* untuk kegiatan *travelling* wanita ke musim gugur, bagaimana mengembangkan perancangan *outer* dengan menggunakan konsep *modest travel wear* pada wanita untuk *travelling* pada musim gugur, serta bagaimana perancangan model bisnis pengembangan *outer* dengan konsep *modest travel wear* pada wanita untuk *travelling* pada musim gugur.

Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dan metode kualitatif. Metode kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dengan tujuan untuk menemukan pilihan atau selera mana yang sesuai dengan target market tertuju agar dapat sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu metode kualitatif dilakukan seperti pengumpulan data, pengambilan informasi melalui interaksi, literatur maupun observasi langsung. Metode yang digunakan penulis adalah :

Observasi

Penulis melakukan pengamatan secara langsung dan tidak langsung. Pengamatan secara langsung yaitu dengan mengobservasi kesalah satu *local brand* yang memiliki karakteristik hampir sama, disitu penulis mengamati untuk mendapatkan data yang dapat digunakan dalam mencari peluang usaha. Sementara itu untuk pengamatan tidak langsung dilakukan melalui media sosial dan internet, yang mana penulis mengamati tren dan fenomena yang berkembang dan menyesuaikan dengan ruang lingkup *local brand* yang telah diobservasi sebelumnya.

Studi Literatur

Penulis melakukan studi literatur melalui buku-buku, *journal*, *e-book*, dan tesis yang mana berkaitan dengan topik *modest wear*, *outer*, *travelling*, bisnis dan musim.

Wawancara

Penulis melakukan wawancara terhadap

beberapa narasumber yang berhubungan dengan tren yang sedang berjalan, penggiat dan pecinta *travelling*, beberapa *owner* dan pegawai *brand Modest Wear* dan *Travel Wear*, serta melakukan wawancara terhadap market atau konsumen.

Eksplorasi

Penulis melakukan pengumpulan data dan percobaan terhadap suatu objek dengan menerapkan teknik pengolahan material dan unsur kesederhanaan, dengan tujuan mendapatkan sebuah fakta dari produk yang akan dihasilkan.

2. STUDI LITERATUR

Fashion

Fashion merupakan sebuah kegiatan yang mewadahi setiap individu untuk mengekspresikan perasaan ataupun selera setiap orangnya. Menurut buku *Fashion-Ology second edition* (2018), fashion menyampaikan sejumlah makna sosial yang berbeda tiap individu yang menggunakan.

Klasifikasi Busana

Klasifikasi busana merupakan dasar penting untuk memahami golongan dari busana tersebut dan dapat menilai atau menentukan bagaimana penampilan seseorang, Berikut terlampir bagan yang berisi tentang item, tipe, nama dan kegunaan busana Lampiran bagan diatas menjelaskan bahwa klasifikasi busana dibagi menjadi tiga jenis yaitu pakaian utama (*clothing types*).

Modest wear

Tren busana muslim di Indonesia kian berkembang pesat, terutama pada lini busana pakaian sopan atau *modest wear*. Menurut jurnal yang dibuat oleh konsultan marketing yaitu *Spire Research and Consulting* yang berjudul *Modest wear The fashion world wakes up to modesty* (2019) , *modest wear* pakaian sederhana yang berkonsep untuk wanita yang ingin menggunakan banyak lapisan, gaun panjang, lengan panjang dan menutup leher tinggi.

Pengertian Modest Wear

Modest Wear merupakan suatu gaya berpakaian yang sopan, tidak menunjukkan siluet tubuh dan dapat digunakan oleh wanita berhijab dan tidak berhijab. *Modest wear* juga merupakan konsep sederhana pakaian untuk wanita yang ingin mengenakan pakaian berlapis, menutupi leher, dll namun dengan nuansa yang lebih modern dan trendi. Penting sekali untuk dipahami bahwa, *modest fashion* merupakan cara berpakaian yang sopan dan selain itu demi menghindari dijadikannya objek perhatian seksual pria. Selain itu *modest wear* sendiri memiliki syarat tersendiri seperti menutupi sebagian besar bagian tubuh dan memiliki potongan yang mengaburkan siluet tubuh untuk kaum perempuan (Riesca, 2016).

Perkembangan Modest Wear Secara Global

Menurut *Journal Spire Research and Consulting* yang berjudul *Modest wear*

The Fashion World Wakes Up to Modesty, *modest wear* mulai populer pada pertengahan 2000-an dikarenakan naiknya tingkat kesadaran seseorang untuk menutupi bentuk tubuh, (*Spire Research and Consulting*, 2019: 3). Selain itu data dari *Pinterest*, *UK* menunjukkan bahwa pada awal tahun 2018 pencarian *modest wear* meningkat sebesar 500% sekitar pekan waktu pertama diadakannya *Modest Fashion Show* di London. Banyaknya majalah populer, *brand* ternama seperti *Vogue*, *Forbes* dan *Dolce and Gabbana* telah berinvestasi pada pasar *modest wear*. Disamping itu menurut data statistik yang dilakukan oleh Pasar Mode Islam Global menunjukkan bahwa pada tahun 2017 terjadi peningkatan pada *modest wear* hingga mencapai USD270 dan akan terus meningkat hingga USD361 pada tahun 2023.

Outer

Outer merupakan jenis pakaian yang berupa atasan paling luar dan digunakan dalam sebuah *outfit* atau *style*. Menurut buku dari *Fashionary* yaitu *Fashionpedia Visual Dictionay of Fashion Design* (2016), *outerwear* merupakan busana yang berpengaruh dalam sejarah Inggris dan dapat digunakan oleh semua *gender* dan disitu juga dikatakan bahwa fungsi dari *outerwear* adalah penghangat tubuh.

Tekstil

Tekstil dalam KBBI memiliki arti yaitu barang yang ditenun, selain itu tekstil merupakan bahan yang berasal dari olahan serat menjadi benang dan kain yang mana benang dan kain akan menjadi busana atau produk kriya lainnya.

Rekarakit

Rekarakit merupakan suatu proses tekstil yang diolah dengan cara ditenun secara langsung hingga terbentuk lembaran kain. Berdasarkan buku Tekstil terbitan LPSN, menjelaskan bahwa teknik rekarakit merupakan pembentukan ragam hias tekstil yang mana proses pembuatan bersama dengan proses pembuatan tekstil.

Rekalatar

Rekalatar merupakan suatu proses tekstil yang diolah setelah proses menenun seperti memanipulasi dan mengolah lembaran kain yang sudah jadi. Rekalatar juga merupakan teknik mengolah dan mendesain permukaan kain dengan material dekorasi.

Unsur Rupa

Unsur rupa memiliki beberapa unsur dasar agar terbentuknya suatu karya atau desain yaitu titik, garis, bidang, bentuk, warna, tekstur.

Prinsip-Prinsip Rupa

Dalam pembuatan karya atau desain secara umum memiliki beberapa prinsip yaitu kesatuan, keseimbangan, irama, simetri.

Travelling

Sebagian besar masyarakat memanfaatkan waktu luang untuk melakukan perjalanan

wisata atau disebut yaitu

travelling. Selain itu media massa melakukan penawaran gaya hidup dan perkembangan seputar tren seperti *lifestyle*, busana, shopping dan acara-acara yang dapat mengisi waktu luang. Tentunya media massa tersebut berhubungan juga dengan kegiatan *travelling*.

Perkembangan Travelling

Berlibur sudah menjadi gaya hidup sebagian orang. Selain melepas penat juga dipercaya memberikan dampak positif bagi pelaku *travelling*. Menurut blog traveloka Barry Kusuma, alambudaya.com berpendapat bahwa bagi dia *travelling* merupakan investasi jiwa, dan semakin banyak *travelling* bisa punya banyak teman dan berpandangan luas (Traveloka, 2018). Selain itu sektor pariwisata Indonesia menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dianggap salah satu pemicu perkembangan positif sektor pariwisata. Interaksi publik dimedia sosial menjadi saran promosi gratis yang mengembangkan daya minat objek-objek wisata. Disamping itu Traveloka telah melakukan riset bersama *Google* Indonesia dan menunjukkan bahwa negara empat musim memiliki daya tarik yang tinggi bagi masyarakat Indonesia ketika memilih untuk *bertravelling*.

Musim

Musim adalah suatu peristiwa yang terjadi konsisten setiap tahun dan berdasarkan dengan kondisi cuaca pada jarak dan waktu tertentu. Selain itu pada negara tropis hanya terjadi dua musim saja yaitu musim hujan

dan kemarau, sementara negara sub-tropis mengalami empat musim yaitu musim semi, musim panas, musim gugur, dan musim dingin

Peluang Bisnis

Menurut *Hisrich* dan *Peters*, *business plan* merupakan dokumen yang disiapkan oleh pengusaha yang menggambarkan semua elemen eksternal dan internal yang relevan dan tentunya terlibat dalam memulai usaha baru. Semua berkaitan tentang rencana fungsional seperti pemasaran, keuangan, manufaktur dan sumber daya manusia.

Business Model Canvas

Business model canvas merupakan salah satu cara atau titik awal mengenai dasar pemikiran ketika bisnis diciptakan, menurut *Osterwalder & Pigneur* (2010) kegunaan *business model canvas* ini sebagai cara menjelaskan alasan bagaimana suatu bisnis menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Terdapat sembilan elemen yang dapat digunakan untuk membuat sebuah *business model canvas*.



PEMBAHASAN

Data Lapangan

Fenomena *modest wear* mengawali penulis untuk melakukan observasi lebih

dalam mengenai *modest wear*. Untuk mengetahui lebih dalam mengenai *modest wear*, penulis berangkat dari *brand modest wear* di Indonesia seperti *Rashawl* dan *Shajna*, pemilihan kedua *brand* tersebut didasari karena penulis merasa bahwa kedua *brand* tersebut merupakan *brand* yang memiliki konsep sesuai dengan fenomena yang terjadi. Observasi dilakukan secara *online* dan *offline*, dalam melakukan observasi *online* penulis menggunakan media internet seperti *website* dan *Instagram*. Sementara observasi *offline* dilakukan dengan cara observasi ke toko *brand* tersebut

Dalam memperkuat data penelitian kedepannya, penulis melakukan observasi terhadap konsumen *Rashawl* melalui media *instagram* untuk meneliti tentang minat konsumen, apa yang digunakan serta minat terhadap *travelling*.

Dalam data tersebut menunjukkan bahwa konsumen pakaian sopan menyukai pakaian *berlayer* dan juga artikel yang sering dibawa untuk *travelling* dan *photography* adalah *outer* seperti *coat*.

Kaidah Modest Travel Wear

Tahap selanjutnya penulis melakukan analisis untuk membuat kaidah *modest travel wear* berdasarkan dengan sumber literatur tentang *modest wear*, fashion,

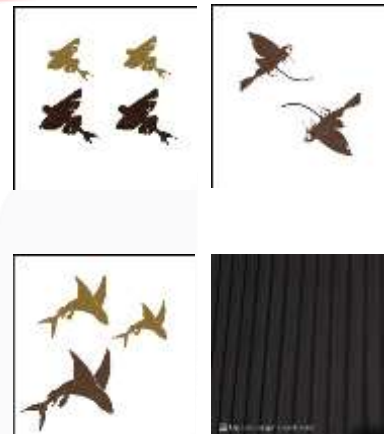
dan *travelling*, disamping itu penulis melakukan observasi terhadap target market tertuju dan brand pembanding serta melakukan wawancara yang berhubungan pada target market tertuju, dan fenomena yang terjadi. Pembuatan kaidah *modest travel wear* ini bertujuan untuk menjadi acuan penulis untuk membuat koleksi selanjutnya. Berikut terlampir tabel kaidah *modest travel wear*,

Eksplorasi Awal

Eksplorasi awal dilakukan penulis dengan tujuan untuk menentukan teknik yang sesuai dengan konsep *modest travel wear* dan mempunyai peluang yang bagus dalam industri fashion kedepannya. Konsep pada koleksi ini akan mengikuti kaidah dari *modest wear* seperti mengaburkan siluet, sopan dan tidak transparan, selain itu pemilihan bahan juga akan mempertimbangkan kebutuhan dari *travel wear* itu sendiri. Tidak lupa juga dalam melakukan eksplorasi awal penulis menggunakan konsep sederhana dalam pembuatan koleksi. Tahap eksplorasi menggunakan unsur desain seperti unsur titik, garis, bentuk, warna, dan tekstur, namun hasil desain tersebut menguatkan dengan karakter dari segi unsur tekstur yaitu memanfaatkan kearifan lokal dari ikan terbang, selain itu juga menggunakan

prinsip desain seperti keseimbangan, harmoni, kesederhanaan dan kesatuan.

Koleksi yang saya buat kali menggunakan teknik bordir, dan teknik plisket dengan kedua teknik tersebut penulis menguatkan unsur tekstur dan juga prinsip desain seperti keseimbangan, harmoni, kesederhanaan dan kesatuan.



Analisa Perancangan

Dalam memudahkan proses pembuatan Analisa data untuk menjadi produk, penulis membuat alur dalam bentuk skema perancangan. Setelah membuat skema perancangan didapat bahwa Analisa perancangannya adalah merancang busana *outer* dengan konsep *modest travel wear* untuk wanita bertravelling dimusim gugur, penggunaan material menyesuaikan dengan konsep *modest* dan *travel wear*. Disamping itu penggunaan warna material yang

bervariatif seperti *tone* monokrom dan *earth tone*. Penambahan sentuhan kearifan lokal juga dilakukan pada koleksi ini guna menambah nilai jual pada suatu produk.

Deskripsi Konsep Perancangan

Konsep perancangan karya diawali dengan beberapa tahap yaitu pembuatan konsep seperti *moodboard*, *lifestyle board*, lalu menentukan material dan melakukan eksplorasi awal, setelah itu *market research* dan melakukan eksplorasi lanjutan hingga pembuatan konsep rancangan. Konsep perancangan saya kali ini mengadaptasi kearifan lokal dari keindahan ikan terbang yang mana, koleksi saya memiliki filosofi gaya hidup wanita yang bebas dan menyukai kegiatan travelling, wanita yang menyukai kebebasan berimajinasi, rasa ingin tahu yang luas, lincah untuk melakukan aktifitas namun tetap anggun seperti sayap ikan terbang. Ikan terbang berasal dari Sulawesi Selatan, memiliki filosofi kebebasan dan kelincuhan namun memiliki visual yang indah juga. Dalam koleksi saya ini menggunakan warna *earth tone* dan monokrom, konsep sederhana dan *modest travel wear*. Setelah dapat menentukan kaidah *modest travel wear* yang ingin diusung

Eksplorasi Lanjutan

Setelah sebelumnya melakukan eksplorasi awal maka dari itu selanjutnya melakukan eksplorasi lanjutan dengan ketentuan sesuai dengan deskripsi konsep perancangan yang telah disebutkan

sebelumnya.

1. Bordir



Eksplorasi lanjutan bordir kali ini merupakan tahap yang dilakukan penulis dengan tujuan dapat menentukan eksplorasi akhir yang akan dipilih untuk desain terpilih. Eksplorasi yang berhasil dilihat dari seberapa desain dapat merepresentasikan visual ikan terbang, kesesuaian atau kecocokan desain bordir dengan material dan desain baju. Untuk memudahkan dalam melakukan tahapan eksplorasi, dibuatlah tabel dengan contoh eksplorasi, penjelasan, analisa serta kesimpulan diakhir.

Eksplorasi Terpilih

Tahap selanjutnya setelah melakukan eksplorasi awal dan lanjutan, yang dilakukan adalah menentukan eksplorasi terpilih. Pada tahapan eksplorasi terpilih dilakukan kuisioner secara *online* dengan tujuan sebagai bahan pertimbangan kebutuhan pasar.

Berdasarkan hasil kuisioner terpilih tiga teratas desain yang memiliki selera kebutuhan pasar adalah desain nomor satu, dua, dan enam. Dimana dengan perolehan tertinggi ada pada desain nomor enam. Berdasarkan hasil kuisioner didapatkan bahwa 25% memilih desain nomor 6, lalu 23% pada desain nomor 2, disusul 15% pada desain nomor 1, dan desain nomor 3 adalah 9%, desain nomor 4 dan 5 mendapatkan masing-masing 14%.

Logo



Hangtag



Merchandising

Merupakan sebuah media yang merangkum seluruh konsep sebuah rancangan produk dan tentunya mampu merpresentasikan *value* sebuah rancangan. Berikut konsep *merchandise* yang akan digunakan pada koleksi kali ini :

Brand

Nama brand pada perancangan koleksi ini adalah “Jiyu Studio” yang mana Jiyu memiliki arti kebebasan dan juga keberanian dalam Bahasa Jepang, dan selain itu alasan penggunaan bahasa Jepang adalah karena Jepang merupakan salah satu destinasi favorit traveller untuk travelling ke negara empat musim. Dengan makna Jiyu diharapkan dapat memberikan koleksi yang nyaman dan aman digunakan oleh wanita-wanita terutama wanita traveller yang berani namun masih tetap anggun.

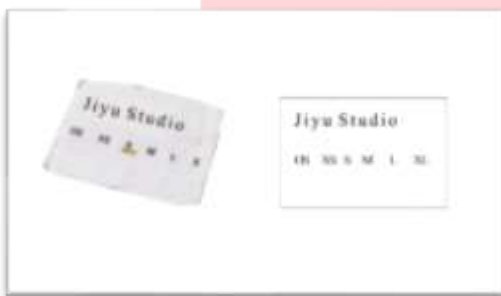
Sticker



Packaging



Tag pada Outer



Perencanaan Bussiness Model Canvas

Costumer Segment (Segmentasi

Pelanggan)

Geografis

Berdomisili atau bekerja di kota besar seperti Bandung, Jakarta, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Medan, dll. Memiliki tempat tinggal di tempat hunian berjenis *cluster*, *town house*, atau *apartment*, dan juga lingkungan status sosial menengah atas.

Demografis

Wanita berusia 22-30 tahun (generasi milenial), dengan Pendidikan jenjang S1. Memiliki penghasilan diatas sepuluh juta rupiah dengan pekerjaan yang yang mapan seperti pegawai kantor besar, *traveller*,

freelancer, pengusaha, *translator*, *photographer*, reporter, dll.

Psikografis

Seorang wanita yang menyukai kegiatan *travelling*, mengikuti tren yang sudah ada dan berpakaian sopan. Kegiatan *travelling* dilakukan untuk menunjang kegiatan fotografi, sehingga fotografi juga merupakan ketertarikan. Selain itu mereka mengikuti tren yang telah ada dan aktif menjadi pengguna media sosial. Memiliki *style* yang sederhana namun masih tetap anggun dan kekinian.

Value Proporsition (Proporsi Nilai)

Value yang ditawarkan pada brand *Jiyu* adalah sebuah *brand* yang mengeluarkan pakaian dengan konsep *modest travel wear* terkhusus untuk mengeluarkan koleksi *outer*, selain itu material yang digunakan adalah material yang premium dan juga mengedepankan fungsionalitas seperti kenyamanan, kehangatan, dan terdapat kantong khusus didalam untuk mempermudah konsumen dalam menyimpan peralatan seperti *handphone*, *passport*, pulpen dan dompet. Disamping itu kelebihan yang ditawarkan pada brand *Jiyu* adalah dengan koleksinya yang memadukan konsep *modest wear* dan *travel wear* namun ditambah dengan sentuhan kearifan lokal khas Indonesia yang bermacam-macam.

Channels (Saluran Proses Komunikasi)

Pada komunikasi antara Brand dengan pelanggan, *brand* ini memanfaatkan media marketing penjualan online seperti instagram sebagai media promosi, dan branding sementara pembelian hanya bisa dilakukan melalui *website* dan *e-commerce* seperti *Hijub* dan Lazada dengan tujuan dapat memberikan kesan berkelas pada target tertuju. Pada penjualan secara *offline*, *Jiyu* memanfaatkan acara pameran pada acara fashion show seperti Muslin Fashion Festival dan Jakarta Fashion Week. Proses distribusi kepada *customer* dilakukan menggunakan jasa ekspedisi seperti sicepat dan JNE.

Customer Relationship (Hubungan Pelanggan)

Hubungan dengan pelanggan, *brand* ini menyediakan satu orang telemarketer atau admin, untuk berkomunikasi dengan *customer* via *direct message* Instagram, *whatsapp*, dan *email*. Pembelian melalui *website* menggunakan sistem *self service*, tetapi untuk rencana kedepannya, dalam website tersedia fitur *chat online* agar *customer* mendapatkan respon cepat, ketika ada kendala dalam pembelian melalui *website*.

Revenue Streams (Arus Pendapatan)

Asset Sales : Penjualan produk dengan kisaran harga jual Rp. 300.000,- sampai dengan Rp. 725.000,-

Key Resource (Sumber Daya Utama)

Sumber daya material pada produk ini adalah material yang nyaman, tidak transparan dan sering digunakan untuk pakaian travelling seperti drill, katun, twill, rajut, dll. Sementara itu asset utama perusahaan adalah ATK, Mesin jahit, kamera, laptop, *handphone*. Untuk dana yang digunakan berasal dari dana pribadi. Sementara untuk sumber daya manusia yaitu desainer, marketing, *admin*, *financial*, dan logistik.

1. **Key Activities (Aktivitas Kunci)**

Aktivitas utama adalah proses desain yang diperuntukan untuk produksi, seperti pengecekan kain, pengeksporan kain, mendesain, riset market, *quality control product* dan *packaging*, organisir logistik.

Key Partnership (Kemitraan Kunci)

Kemitraan utama dari *brand* ini adalah vendor atau penyedia material kain seperti pabrik atau distributor kain untuk *travelling*, vendor jahit, vendor *plisket*, vendor bordir, vendor *merchandise*.

4. Kesimpulan

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk membuat perancangan outer dengan konsep modest travel wear untuk wanita travelling pada musim gugur. Data penelitian ini dilakukan melalui observasi terhadap

konsumen brand modest wear melalui media sosial, website, dan wawancara langsung untuk meneliti tentang minat konsumen, apa yang digunakan serta minat terhadap *travelling*. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan :

1. Pengembangan modest wear untuk kegiatan *travelling* wanita pada musim gugur menggunakan konsep Modest travel wear yang merupakan koleksi dengan perpaduan pengaburan siluet dan memiliki unsur kesopanan, kenyamanan, serta tidak transparan
2. Pengembangan perancangan *outer* pada wanita untuk *travelling* pada musim gugur adalah *outer* dengan material yang menyesuaikan dengan kondisi pada musim tersebut, selain itu menggunakan pertimbangan warna yang sesuai dengan market modest wear, dan juga konsep modest travel wear.
3. Perancangan model bisnis pengembangan *outer* dengan konsep *modest travel wear* pada wanita untuk *travelling* pada musim gugur menggunakan Bussiness Model Canvas

5. Saran

Dalam penelitian ini, penulis memiliki beberapa saran untuk penelitian selanjutnya. adapun beberapa saran tersebut yaitu :

1. Memperluas data observasi brand competitor dibidang travel wear, seperti salah satu brand yang ada di e-commerce Timur Tengah Moksha yaitu Labsa21. Dikarenakan masih sedikitnya brand travel wear di Indonesia.

2. Memperluas data observasi melalui wawancara dengan target market yang sesuai namun domisili luar negeri, karena pencarian data ini hanya terfokus pada dalam negeri.

DAFTAR PUSTAKA

Budiyono, dkk, (2008), Kriya Tekstil, Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah

Osterwalder, A. and Pigneur, Y. 2010. *Business Model Generation*. John Wiley and Sons Publishers.

Fashionary, Fashionpedia – The Visual Dictionary of Fashion Design. Hong Kong: Fashionary International Limited, 2016

Bunka, Fundamental of Garment Design. Japan : Bunka Publishing Bureau, 2010.
Davis, L Marian. (1980). Visual Design in Dress.

Kamaril, Cut. Dan Ratna Panggabean, Wardhani (2004) Tekstil Buku Pelajaran Kesenian Nusantara., Indonesia.

Hermawan, H., Hendrastomo, G. (2006) *Traveling Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Yogyakarta*, Indonesia

Kawamura, Y. (2018) *Fashion-ology An Introduction to Fashion Studies*. New York USA.

Troxell, Mary D. (1981) *Fashion Merchandising*. New York USA.

Waddell, Gavin. (2004) *How Fashion*

Works: Couture, Ready to wear and Mass production

Muslimah, (2016) Modest Fashion vs Moslem Wear, Indonesia (

www.muslimah.co.id _dikutip pada 25 November 2019 jam 22.00).

Riesca, Chekka. (2016) Geliat Perkembangan Modest Wear di Indonesia, Harpers Bazaar, Indonesia.

Lauren Miliigan. 2016, Dolce and Gabbana Hijab and Abay Collection. Diakses pada www.vogue.com

Meera Navhlaka. 2019, Why Muslim Fashion is Taking Over the Luxury World. Diakses pada www.vice.com

Nurhayat, Wiji (2019, 22 Februari). *Riset BCA: Milenial Anggap Traveling Kebutuhan, Bukan Lagi*

Gaya Hidup.

Dikutip 25

September

2019.

<https://kumparan.com/@kumparanbisnis/ri-set-bca-milenial-anggap-traveling-kebutuhan-bukan-lagi-gaya-hidup-1550830086828852181>

Suhail, Ummu (2017). **Q-Label Modest Travel Wear**. Dikutip 25 September 2019.

<https://ummsuhail.com/2017/11/07/qlabel-modest-travel-wear/>

Google Data (2018). Google Mengungkap Hasil Riset Tren Perjalanan di Indonesia

. Dikutip 25 September 2019.

<https://indonesia.googleblog.com/2018/10/draft.html>

Spire Research and Consulting (2018) Modest wear The fashion world wakes up to modesty, Japan.