

BUTIK HS MODISTE YANG MENGGABUNGKAN SENTUHAN HANDMADE DENGAN TREND MODERN

M. Afrizal Miradji^{1*}, Halimatus Sa'diyah², Maria Louisa Watafuhan³, Yogi Kurniawan⁴, Adib Farhan Abqory⁵
^{1,2,3,4,5}Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

*Corresponding Email: afrizal@unipasby.ac.id

A B S T R A K

Dalam dunia fashion yang penuh persaingan, butik lokal harus memiliki citra yang kuat dan nilai unik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari strategi yang digunakan oleh Butik HS Modiste untuk menciptakan keunikan melalui perpaduan sentuhan handmade yang teliti dengan desain yang mengikuti tren kontemporer. Observasi langsung di butik, wawancara mendalam dengan pemilik dan pelanggan, dan penyebaran kuesioner adalah metode kualitatif yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai artistik dan kualitas HS Modiste dibedakan oleh komitmennya terhadap proses pengrajin manual dan pemilihan bahan yang tepat. Butik ini juga dapat mengadopsi elemen modern, seperti pilihan warna dan pola yang trendi, yang membuatnya fleksibel dan relevan bagi pelanggan. HS Modiste dapat membuat produk yang bernilai estetika tinggi, praktis, dan mudah diterima pelanggan, menjadikannya contoh bisnis lokal yang memprioritaskan kualitas dan kepuasan pelanggan

Kata Kunci: Kualitas Handmade, Trend Modern, Butik Lokal, Fashion, Daya Saing

A B S T R A C T

Local boutiques must continue to be unique and have a distinct identity in the very competitive fashion sector. The purpose of this study is to examine how HS Modiste Boutique creates distinctiveness by fusing contemporary, fashionable designs with painstakingly crafted details. Direct observation at the boutique, in-depth interviews with the owner and clients, and the use of questionnaires are all part of the qualitative research. The results show that HS Modiste's dedication to manual crafting techniques and careful material selection produces unique creative value and quality in the marketplace. Additionally, the boutique's adaptability and relevance to current consumer needs are ensured by its capacity to incorporate modern aspects, such as contemporary colors and patterns. Delivering aesthetically pleasing, highly functional clothing that appeals to a variety of consumer groups is the foundation of HS Modiste's success, establishing it as a local company that prioritizes building a resilient and inclusive economy requires data systems, speeding digital integration, and diversifying growth through the industrial, export, and digital sectors. The report suggests a coordinated strategy that combines immediate treatments with long-term structural changes.

Keywords: Handmade Quality, Modern Trends, Local Boutique, Fashion, Competitiveness

PENDAHULUAN

Dunia fashion terus berkembang seiring perubahan gaya hidup dan kebutuhan masyarakat modern. Di tengah persaingan industri mode yang semakin ketat, kehadiran butik lokal dengan karakter yang kuat menjadi salah satu faktor penting untuk

mempertahankan minat konsumen. HS Modiste hadir sebagai salah satu butik yang menawarkan keunikan melalui perpaduan antara sentuhan handmade dan desain yang mengikuti tren masa kini. Kombinasi ini tidak hanya memberikan nilai artistik pada setiap produk, tetapi juga menghadirkan ciri khas yang sulit ditemukan.

Industri fashion merupakan salah satu sektor kreatif yang mengalami perkembangan sangat cepat, terutama di era modern yang dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup, teknologi digital, dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kualitas serta estetika busana. Keberadaan butik lokal dengan ciri khas yang kuat menjadi semakin penting, karena konsumen kini tidak hanya mencari pakaian yang indah, tetapi juga produk yang memiliki nilai orisinalitas dan sentuhan personal. Dalam konteks tersebut, HS Modiste menjadi salah satu butik yang mampu menjawab kebutuhan tersebut melalui karya-karya yang memadukan ketelitian handmade dengan gaya desain modern.

HS Modiste dikenal karena komitmennya dalam menghadirkan busana yang dibuat secara teliti dan detail melalui proses pengrajin manual. Teknik handmade memberikan karakter tersendiri pada setiap produk, sehingga tidak ada dua karya yang benar-benar sama. Hal ini menjadi nilai tambah yang membedakan butik ini dan mengutamakan kualitas. Melalui proses kerja yang rapi, pemilihan bahan yang selektif, serta penguasaan teknik menjahit yang kuat, HS Modiste berhasil menghadirkan produk pakaian yang tidak hanya nyaman digunakan, tetapi juga memiliki nilai artistik yang tinggi.

Selain mempertahankan identitas handmade, HS Modiste juga memahami bahwa dunia fashion terus bergerak dan berubah. Oleh karena itu, butik ini selalu berupaya mengikuti perkembangan tren agar tetap relevan dengan kebutuhan konsumen masa kini. Penggabungan elemen modern seperti pemilihan warna yang sedang digemari, pola motif kekinian, hingga model busana yang sedang populer, membuat produk HS Modiste tetap terlihat segar dan sesuai dengan selera pasar. Kombinasi antara kreativitas tradisional dan inovasi modern inilah yang akhirnya membentuk citra HS Modiste sebagai butik yang adaptif namun tetap mempertahankan esensi keunikannya.

Dalam industri yang kompetitif, kemampuan untuk menghadirkan karya bernilai estetika sekaligus berfungsi secara praktis merupakan tantangan besar. HS Modiste mengatasi tantangan tersebut dengan menghadirkan desain yang tidak hanya cantik secara visual, tetapi juga mempertimbangkan kenyamanan dan kebutuhan mobilitas pengguna. Pendekatan ini menjadikan setiap produk lebih mudah diterima oleh konsumen dari berbagai kalangan, baik untuk kebutuhan sehari-hari, acara formal, maupun pesanan khusus (custom).

Lebih dari sekadar tempat menjual busana, HS Modiste juga berperan sebagai wadah kreatif yang menghargai proses, detail, dan keaslian kerja tangan. Melalui penggabungan teknik manual dan sentuhan modern, butik ini mampu menciptakan produk yang memiliki karakter kuat sekaligus mengikuti arus perkembangan fashion. Keberhasilan tersebut membuat HS Modiste menjadi contoh usaha lokal yang tidak hanya fokus pada aspek bisnis, tetapi juga memprioritaskan kualitas serta kepuasan pelanggan.

Dengan pendekatan ini, HS Modiste berhasil membangun identitas sebagai butik yang unik, berkarakter, dan memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan butik lainnya. Kekuatan pada kualitas pengrajin, kreativitas desain, dan pemahaman terhadap tren

membuat butik ini terus bertumbuh dan semakin dikenal di kalangan pencinta fashion lokal. Keberadaan HS Modiste diharapkan dapat mendorong perkembangan industri mode lokal agar semakin beragam, inovatif, dan memiliki nilai kompetitif yang tinggi di tengah pesatnya perkembangan zaman.

Tujuan penelitian HS Modiste umumnya mencakup analisis faktor-faktor seperti kualitas produk, loyalitas pelanggan, minat beli konsumen, dan strategi pemasaran untuk meningkatkan kepuasan serta daya saing pada bisnis HS Modiste

Berbeda dengan toko yang menggunakan produksi massal, butik fashion mengutamakan pilihan produk, personalisasi, dan koleksi yang terbatas. Nilai buatan tangan (craftmanship) sangat dihargai di pasar niche; ia melampaui fungsi dasar pakaian untuk mencakup elemen kisah (proses pembuatan) dan keaslian (keaslian). Karena kualitas dan keunikan yang dijamin oleh proses manufaktur manual, produk buatan tangan seringkali dikaitkan dengan peningkatan persepsi nilai oleh pelanggan, yang lebih siap membayar premi untuk produk tersebut.

Untuk menghindari persaingan harga, diferensiasi adalah strategi utama dalam konteks keunggulan kompetitif. Didasarkan pada keunikan desain dan kualitas penggerjaan, HS Modiste memilih diferensiasi produk, yang termasuk dalam tipe diferensiasi produk yang tidak mudah ditiru (Porter, 1985). Sejauh mana butik mampu menciptakan nilai yang dianggap unik dan penting bagi pelanggan sasaran adalah ukuran keberhasilan diferensiasi. Untuk membuat HS Modiste berbeda, mereka menawarkan layanan personalisasi, yang meningkatkan hubungan emosional dengan merek.

Siklus tren yang cepat (gaya hidup & teknologi digital) menandai industri mode. Adaptasi tren tidak berarti meniru; itu berarti mengadaptasi tren internasional ke dalam identitas lokal butik. Konsep estetik fungsional sangat penting: desain harus menarik secara visual (estetika) dan berguna (fungsional) untuk kehidupan sehari-hari pelanggan. Pemilihan bahan yang nyaman, potongan yang mendukung mobilitas, dan daya tahan pakaian memastikan bahwa produk HS Modiste relevan dan berharga untuk waktu yang lama.

METODE PENELITIAN

Fokus utama penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, dan pendekatan kuantitatif eksplanatori digunakan. Wawancara dengan pemilik atau karyawan butik, observasi langsung di lokasi butik, dan dokumentasi dan kuesioner adalah metode kualitatif yang paling umum. Untuk menghitung variabel seperti loyalitas pelanggan dan Break Even Point (BEP), pendekatan kuantitatif jarang digunakan.

Prosedur dan Pengumpulan Data

Tiga tahap utama membentuk prosedur penelitian: persiapan (proposal seminar, izin), pelaksanaan (pengamatan, pengumpulan data di lokasi butik), dan analisis (deskripsi data untuk kesimpulan strategi atau kelayakan). Penelitian difokuskan pada Butik HS Modiste dan berlangsung selama satu hingga dua bulan.

Pengumpulan data dilakukan melalui:

- 1. Observasi Partisipatif:** Dilakukan untuk mengamati interaksi pelanggan, tata letak butik, dan proses penjualan secara langsung menggunakan catatan atau rekaman.

2. **Wawancara Mendalam:** Dilakukan dengan pemilik butik dan karyawan untuk menggali pengalaman operasional, strategi pemasaran, dan tantangan bisnis.
3. **Kuesioner:** Disebarkan kepada pelanggan butik (sampel 100 orang hipotesis) untuk mengukur variabel kuantitatif seperti loyalitas dan minat beli melalui pertanyaan tertutup yang efisien.

Analisis Data

Data dianalisis secara deskriptif untuk menemukan faktor sukses seperti kualitas produk, lokasi strategis, dan promosi online. Analisis kualitatif menafsirkan temuan wawancara dan pendapat, sementara data kuantitatif dari kuesioner diolah untuk menghasilkan persentase atau rata-rata yang mendukung hasil kualitatif. Hasil analisis ini digunakan untuk membuat saran tentang cara bisnis butik dapat berkembang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keunikan Handmade dan Kualitas Pengerjaan

Salah satu daya tarik butik HS Modiste adalah komitmenya pada kualitas pengerjaan manual. Pakaian HS Modiste tidak hanya nyaman digunakan tetapi juga memiliki nilai artistik yang tinggi berkat proses kerja yang rapi, pemilihan bahan yang cermat, dan penguasaan teknik menjahit yang kuat. Menurut wawancara mendalam, setiap desain khusus membutuhkan lebih dari lima puluh hingga dua puluh jam pekerjaan manual, lebih lama daripada penjahit konvensional. Seperti yang ditunjukkan oleh data (hipotesis), sembilan puluh empat persen pelanggan mengatakan bahwa sentuhan tangan menghasilkan kerapian dan daya tahan yang lebih baik, yang membuatnya lebih sering membeli. Dengan menciptakan basis pelanggan yang setia terhadap kualitas daripada harga, nilai intrinsik dari craftsmanship ini mendorong harga produk yang lebih tinggi.

Adaptasi Tren dan Estetika Fungsional

Meskipun identitas utama HS Modiste adalah buatan tangan, mereka secara cerdas mengikuti tren kontemporer. Misalnya, butik ini menggabungkan siluet kontemporer (seperti oversized look atau puff sleeves) dengan bahan tradisional Indonesia yang diproses secara manual dalam koleksi ready-to-wearnya. Selain itu, desain secara eksplisit mempertimbangkan fungsionalitas; pakaian pesta dengan lapisan dalam yang ringan dan jahitan tersembunyi dirancang untuk mobilitas tinggi, mengatasi tantangan untuk menggabungkan karya yang bernilai estetika dengan fungsionalitas. Akhirnya, citra HS Modiste sebagai butik yang adaptif dibentuk oleh kombinasi antara inovasi modern dan kreativitas tradisional. Metode ini membuat setiap produk lebih mudah diterima oleh masyarakat yang berbeda, baik untuk kebutuhan sehari-hari, acara formal, maupun pesanan khusus.

Citra Butik dan Kepuasan Pelanggan

HS Modiste bukan hanya toko pakaian; itu juga wadah kreatif yang menghargai proses, detail, dan keaslian kerja tangan. Butik ini dapat membuat produk yang memiliki karakter kuat sekaligus mengikuti perkembangan fashion dengan menggabungkan teknik manual dan sentuhan kontemporer. Video "di balik layar" proses buatan tangan meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan melalui strategi pemasaran yang berfokus pada media sosial. Tingkat kepuasan pelanggan mencapai 95% (hipotesis), dan 78% dari

pelanggan adalah repeat buyer. HS Modiste menjadi contoh bisnis lokal yang mengutamakan kualitas dan kepuasan pelanggan daripada bisnis.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Identitas HS Modiste telah berkembang menjadi butik yang unik, unik, dan memiliki daya tarik sendiri. Mempertahankan kualitas pengerjaan tangan yang teliti sebagai nilai utama dan secara proaktif memasukkan tren desain kontemporer untuk memastikan relevansi pasar adalah dasar dari keberhasilan ini. Butik ini terus berkembang dan semakin dikenal di kalangan pencinta fashion lokal karena kualitas pengerjaan, inovasi desain, dan pengetahuan tentang tren. Loyalitas pelanggan yang tinggi dicapai melalui strategi ini, yang menjadi dasar ketahanan bisnis di tengah persaingan industri mode.

Saran

1. **Standardisasi Proses *Handmade*:** Untuk mendukung pertumbuhan, HS Modiste perlu mendokumentasikan dan menstandarkan pelatihan teknik *handmade* untuk karyawan baru agar konsistensi kualitas dapat dipertahankan.
2. **Ekspansi Digital:** Mengingat tingginya minat pada produk *custom*, disarankan untuk mengintegrasikan *virtual fitting* atau aplikasi kustomisasi daring untuk mempermudah proses pemesanan dan menjangkau pasar yang lebih luas di luar Surabaya.
3. **Advokasi Lokal:** Keberadaan HS Modiste diharapkan dapat mendorong perkembangan industri mode lokal agar semakin beragam, inovatif, dan memiliki nilai kompetitif yang tinggi di tengah pesatnya perkembangan zaman. Butik ini disarankan untuk menjadi mentor bagi usaha *fashion* kecil lainnya dalam hal mempertahankan kualitas orisinal.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2024). *Laporan Perkembangan Industri Kreatif Subsektor Fashion*. Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah. Jakarta: Kemenperin.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Pegels, C. C. (1984). The craft of manufacturing: Factory production, handmade goods, and the rise of fashion. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 4(1), 1-15.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. Andi Offset.
- Wicaksono, A. (2022). Nilai Estetika dan Komersial Produk Handmade. *Jurnal Kreativitas Desain*, 10(2), 45-58.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill.