



## Minat Konsumen Terhadap Kaftan Lukis Eling Galeri

Ni Kadek Dwiyatirta Pande, Agus Ridwan Misbahudin

<sup>a</sup> Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

✉ email coresponden author : dwiyatirtapande@gmail.com

☎ No Hanphone : 081232004822

### Abstrak

Eling Galeri menjawab perkembangan fashion di Indonesia melalui busana kaftan lukis Eling Galeri. Penelitian untuk mendapatkan jawaban rumusan masalah: apa saja alat dan bahanyang di pakai untuk membuat busana kaftan lukis Eling Galeri, bagaimana pemilihan bahan untuk busana kaftan lukis Eling Galeri, bagaimanakah cara pembuatan busana kaftan lukis Eling Galeri, apakah target market konsumen dari kaftan lukis Eling Galeri, seberapa besar minat konsumen terhadap kaftan lukis Eling Galeri, bagaimana cara mempertahankan produk kaftan lukis Eling Galeri, apakah busana kaftan Eling Galeri memberikan keragaman budaya Indonesia. Tujuan penelitian mendapatkan jawaban rumusan masalah, metode penelitian kualitatif. Analisis data menggunakan Skala Linkert. Peneliti menggunakan sample berjumlah 71 responden dari seluruh konsumen di Butik Eling Galeri, whatsapp group Eling Galeri (Eling Galeri Lover), whatsapp group Komunitas Usaha Kreatif Jawa Timur yang di Sidoarjo. Hasil penelitian "busana kaftan lukis Eling Galeri yang berkualitas dipengaruhi oleh pemakaian alat dan bahan, cara pembuatan, target market yang tepat, pengenalan minat konsumen, cara mempertahankan produk, penggunaan budaya local.

### Abstract

*Eling Galeri responds to fashion developments in Indonesia through Eling Galeri's painted kaftan. Research to get answers to the formulation of the problem: what are the tools and materials used to make Eling Galeri's painted kaftan clothing, how is the selection of materials for Eling Galeri's painted kaftan clothing, how to make Eling Galeri's painted kaftan clothing, what is the target market of consumers from Eling Galeri's painted kaftans? The gallery, how much consumer interest is in Eling Galeri's painted kaftan, how to maintain the Eling Galeri's painted kaftan product, does the Eling Galeri's kaftan dress provide Indonesian cultural diversity. The research objective is to get answers to the problem formulation, qualitative research methods. Data analysis using the Linkert Scale. The researcher used a sample of 71 respondents from all consumers at the Eling Galeri Boutique, the Eling Galeri WhatsApp group (Eling Galeri Lover), the East Java Creative Business Community WhatsApp group in Sidoarjo. The results of the study "The quality of Eling Galeri's painted kaftan clothing is influenced by the use of tools and materials, the method of manufacture, the right target market, the introduction of consumer interest, how to maintain the product, the use of local culture.*

### Sejarah Artikel

Diterima : 01-07-2022

Disetujui : 30-07-2022

### Kata kunci:

*pembuatan dan target market yang tepat, Kaftan Lukis, Eling Galero*

### Keywords:

*manufacture and the right target market, Kaftan Lukis, Eling Galero*

## Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi tidak semata-mata bergantung pada sumber daya alam dan buatan, melainkan juga pada kreativitas dan pengetahuan yang mampu menghasilkan karya yang bermanfaat dan memiliki nilai jual dalam kompetensi dan pertumbuhan ekonomi ke depan. Busana kaftan yang identik dengan busana muslim dan cenderung



dicari hanya pada saat musim menjelang lebaran, dewasa ini mulai disukai berbagai kalangan yang tidak hanya kaum muslimah. Desain busana kaftan mengalami perkembangan dan mulai banyak dipadukan dengan berbagai teknik untuk menarik minat konsumen, salah satunya dengan menggunakan teknik melukis atau *hand painting* di busana kaftan yang kemudian lebih dikenal dengan busana kaftan lukis. Pandemi virus corona melanda dunia menjelang awal 2020, Industri kreatif menjadi salah satu sektor yang cukup terkena dampak dari pandemi virus corona, tak terkecuali industri fashion lokal di Indonesia. Penjualan pun berkurang sejak awal maret 2020 seiring dengan munculnya berbagai kebijakan yang pemerintah untuk mencegah penyebaran virus COVID-19. Berbagai busana yang diprediksi banyak dicari seperti kemeja, sweater, jacket hingga t-shirt yang berukuran oversized tak ketinggalan juga kaftan menjadi item yang dicari atau menjadi trend di masa *new normal* ini. Menjawab perkembangan dunia mode saat ini dan tuntutan lifestyle, Eling Galeri menawarkan karya-karya busana kaftan lukisan dikain yang kreatifitas dan inspirasi lukisannya yang dibuat karena lukisan Eling Galeri lembut, fleksibel dan lentur, dilukis dengan kesabaran dan dengan hati yang bahagia, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian Minat Konsumen Terhadap Busana Kaftan Lukis Eling Galeri.

Penelitian ini dianggap penting karena penelitian ini diharapkan dapat mendatangkan manfaat sebagai Menambah ilmu pengetahuan tentang alat dan bahan yang di pakai untuk membuat busana kaftan lukis Eling galeri. Menambah informasi bagi masyarakat tentang pemilihan bahan untuk busana kaftan Eling Galeri. Menambah ilmu pengetahuan cara pembuatan busana kaftan lukis Eling Galeri. Menambah informasi bagi masyarakat target market konsumen dari kaftan Eling Galeri. Menambah informasi bagi masyarakat seberapa besar minat konsumen terhadap kaftan lukis Eling Galeri. Menambah ilmu pengetahuan cara mempertahankan produk kaftan lukis Eling Galeri. Menambah ilmu pengetahuan keragaman budaya Indonesia memberikan nilai lebih untuk busana kaftan lukis Eling Galeri.

Peneliti melakukan penelitian dengan ruang lingkup sebagai berikut (1) Kaftan Lukis Eling Galeri, meliputi lembut, feminis, fleksibel, lentur, dan hasil seni *hand painting* yang memerlukan jiwa seni yang detail yang cermat untuk menghasilkan karya yang diinginkan untuk busana kaftan lukis Eling Galeri. (2) Adanya pengaruh bahan,



warna, harga dan bentuk atau konstruksi pola dari kaftan lukis ElingGaleri. Variabel Kontrol: bahan, teknik pewarnaan kaftan lukis Eling Galeri, alat cat textile dalam proses pewarnaan. (4) Alat dan bahan, teknik pewarnaan kaftan lukis Eling Galeri, alat cat textile opaque, binder, cat sandy/pigmen dalam prose pewarnaan dan material bahan untuk busana adalah: Original Maxmara, Satin, *Chiffon*.

## Metode

Metode peneliiian ini yaitu Penelitian kualitatif. Peneliiian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya dan berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Peneliti melakukan pendekatan kualitatif terhadap Minat Konsumen Terhadap Busana Kaftan Lukis Eling Galeri. Pendekatan penelitian dilakukan dengan memperoleh data lebih mendalam dengan observasi, angket, wawancara dan dokumentasi (video dan foto-foto).

## Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian Minat Konsumen Terhadap Kaftan Lukis Eling Galeri sebagai berikut :

1. Alat dan bahan yang di pakai untuk membuat busana kaftan lukis Eling Galeri. Penggunaan alat atau media lukis *hand painting* seperti:
  - a) Buku sketch
  - b) Pallet.
  - c) Cat khusus tekstil.
  - d) Kuwas, untuk pemilihan kuwas ada yang bentukny melebar ada yang meruncin.
  - e) Gelas untuk tempat air.
  - f) Air mineral, sebaiknya air mineral jangan air pam karena pengaruh ke hasil pencampuranwarnanya (kadar air menentukan).
  - g) Tissue/ kain untuk lap.
2. Pemilihan bahan untuk busana kaftan lukis Eling Galeri.

Bahan utama yang biasa digunakan Eling Galeri adalah *original maxmara*, satin yang

lembut dan feminim serta *chiffon* yang transparan menjadi pilihan bahan utama dari busana kaftan Eling Galeri. Busana kaftan lukis Eling Galeri dikerjakan dengan cara melukis manual, sehingga keindahan lukisannya bisa terlihat sesuai dengan tema yang diambil atau disesuaikan dengan pesanan konsumen Eling Galeri. Pembuatan busana kaftan lukis Eling Galeri dilakukan secara *exclusive design* dan *Limited Edisian*.

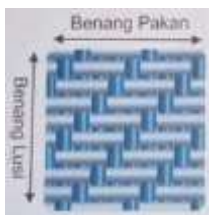
Untuk kualitas kain *chiffon* sangat di minati oleh kosumen karena:

- a) Saat di pegang sangat lembut dan jatuh.
- b) Menyerap keringat
- c) Sangat bagus jatuh dibadan ketika sudah jadi suatu busana.
- d) Bahan *chiffon* terlihat *elegant* dan mewah.
- e) Kesan mahal terlihat saat sudah jadi busana.
- f) Karena terlalu tipis, kadang harus di beri *furing* atau tergantung modelnya.

Selain *chiffon*, ada juga bahan satin yang menjadi pilihan busana kaftan lukis Eling

Galeri. Adapun ciri-ciri dari satin sebagai berikut:

- 1) Satin adalah jenis kain yang ditenun dengan anyaman satin dan berbahan serat filamen.
- 2) Ciri khas satin permukaannya mengkilap dan licin.
- 3) Bagian dalam/belakang permukaan satin tidak licin dan tidak mengkilap.
- 4) Satin yang terbuat dari sutera sering disebut *Charmeuse*.



Gambar 2. Bentuk anyaman Satin (*Satin Weave*)



Gambar 3. Satin Poleyester cirinya sangat mengkilap dan licin.



Gambar 4. *Charmeus* atau satin sutera, kilapnya lebih sedikit dan permukaannya kesat.



Gambar 5. Kain maxmara

Jika Satin berbahan serat filamen sehingga memiliki permukaan yang mengkilap, maka sateen terbuat dari serat katun, oleh karenanya tidak mengkilap. Keduanya menggunakan anyaman satinyang bentuknya seperti gambar 2. Bentuk anyaman satin (*Satin Weave*).

Ciri-ciri kain *Maxmara* (gambar 5) sebagai berikut:



- 1) Teksture lebih halus dari satin
- 2) Saat dipakai lebih nyaman dan tidak membuat gerah.

- 3) Kain ini memiliki ciri khusus yaitu bahannya ringan, licin, jatuh dan tidak transparan.
  - 4) Serat kainnya lebih halus dan rapat dibandingkan kain satin.
  - 5) Kain ini berkilau dan berkesan lebih *doff* namun tidak *glossy* (kilaunya pas dan indah dipandang).
  - 6) Memiliki warna yang lebih variasi/banyak.
  - 7) Harga lebih terjangkau.
3. Cara pembuatan busana kaftan lukis Eling Galeri.

Berikut adalah proses pembuatan busana kaftan lukis Eling Galeri yang dapat dilihat pada table2.

Table 2. Proses pembuatan busana kaftan lukis Eling Galeri.


Photo	Keterangan
	<p>Foto <i>Sketch</i> motif dan hasil lukisan Eling Galeri.</p> <p>Tahap I: <i>Sketch</i> dibuat dulu sebelum dipindahkan atau dilukis dibahan sebenarnya.</p> <p>Tahap II: Proses pemotongan pola kaftan sesuai model yang akan di lukis.</p>
	<p>Tahap III: Mulai memindahkan <i>Sketch</i> ke bahan sebenarnya dan mulai proses pewarnaan dengan cat textile.</p> <p>Foto ini adalah salah satu pelukis Eling Galeri yang sedang mengerjakan <i>hand painting</i> untuk busana kaftan lukis Eling Galeri.</p> <p>Tahap IV: Proses pengeringan dengan dianginkan, disetrika atau di hair dryer</p> <p>Salah satu hasil yang sudah selesai</p>

	<p>Tahap V: Proses <i>Hand painting</i> setelah kering siap di jahit.</p> <p>Tahap VI: Proses jahit busana kaftan sesuai modelnya.</p>
	<p>Tahap VII: Proses finishing busana kaftan.</p> <p>Tahap VIII: Proses finishing busana kaftan dengan disetrika.</p>

### Target market konsumen dari kaftan lukis Eling Galeri

Adapun target market busana kaftan lukis Eling Galeri adalah kaum wanita diatas usia 20-30 tahun keatas, bisa di katakana lebih kearah wanita karier yang sudah mandiri dan ibu-ibu muda. Produk yang paling laris adalah kebaya kafan, blus kaftan panjang. Hal ini dapat di lihat pada table 3.

Table 3. Target market konsumen dari kaftan lukis Eling Galeri

Photo	Keterangan
	<p>Walaupun blus kaftan tidak trend lagi tetap dicari dan di pakai seperti untuk acara kondanangan, bisa di variasikan dengan kain, atau satu set kerudung kalo yang muslim. Biasanya yang cenderung yang laku itu yang di lukis keliling seperti kayak taplak meja seperti baju poncho.</p>





	<p>Perpaduan kaftan blus dengan kain merupakan target market busana kaftan lukis Eling Galeri.</p>
	<p>Kaftan kebaya target market yang paling banyak laku untuk busana kaftan lukis Eling Galeri.</p> <p>Kaftan Panjang target market yang paling banyak laku untuk busana kaftan lukis Eling Galeri.</p>
	<p>Produk Eling Galeri yang paling dicari.</p>
	<p>Target market usia 20-30 tahun keatas anak muda aktif dan ibu- ibu muda serta wanita karier.</p>



**Besarnya minat konsumen terhadap kaftan lukis Eling Galeri.**

Kaftan lukis Eling Galeri paling banyak diminati oleh wanita karier dan ibu-ibu muda, oma-oma ada juga konsumen Eling Galeri yang kalangan muda. Hal ini dapat di lihat pada table 4.

Table 4. Besarnya minat konsumen terhadap kaftan lukis Eling Galeri.

Photo	Keterangan
	<p>Pelanggan Busana Kaftan Lukis Eling Galeri yang memiliki minat terhadap busana kaftan lukis Eling Galeri, mereka terlihat ramping dan tetap trendy dan elegant di usia oma-oma.</p>
	<p>Pelanggan Eling Galeri menyukai busana kaftan lukis Eling Galeri untuk dipakai bekerja dikantor karena leluasa saat beraktifitas dan tetap terlihat cantik.</p>



	<p>Salah satu Pelanggan Eling Galeri memesan sepaket untuk keluarga untuk busana kaftan lukis Eling Galeri.</p> <p>Tidak jarang pelanggan busana kaftan lukis Eling Galeri meminta untuk sepaket desain kaftan untuk acara pernikahan atau acara keluarga dengan menampilkan busana kaftan lukis Eling Galeri.</p>
	<p>Konsumen Eling Galeri dikalangan muda menyukai busana kaftan lukis Eling Galeri yang bisa dipadupadankan dengan jeans kesayangan mereka.</p> <p>Konsumen Eling Galeri juga bisa memadupadankan busana blus kaftan lukis Eling Galeri dengan blazer dan rok panjangnya untuk kesempatan bekerja kantor.</p>
	<p>Konsumen Eling Galeri umat Nasrani nonmuslim, saat menghadiri misa gereja memakai busana blus kaftan lukis Eling Galeri.</p>

### Cara mempertahankan produk kaftan lukis Eling Galeri.

Ada juga testimoni kostumer setiap mereka membeli produk di Eling Galeri di IG, Facebook dan Whats app Lovers Eling Galeri. Ibu Murni juga meminta kostumernya jika ada foto-foto mereka saat menghadiri acara yang mengenakan busana kaftan lukis Eling Galeri, hal ini penting dilakukkann untuk mengetahui lifestyle dari kostumer Eling Galeri, lihat table5.


Table 5. Cara mempertahankan produk kaftan lukis Eling Galeri.

Photo	Keterangan
	<p>Membuat konten-konten marketing di sosial media merupakan salah satu cara ibu Murni mempertahankan produk kaftan lukis Eling Galeri.</p>
	<p>Salah satu konten marketing yang ada di media sosial Facebook Murni Yanti. Ibu Murni rajin mencari ilmu-ilmu melihat di youtube, paintres, google dan sosial media lainnya tapi tidak boleh menjiplak, setidaknya bisa diambil model yang bisa dikembangkan yang sesuai dengan kosumen Eling Galeri.</p>
	<p>Ibu Murni meminta foto-foto kegiatan kostumernya saat memakai busana kaftan Eling galeri untuk mendekati diri ke kostumer dan mengetahui lifestyle dari kostumer Eling Galeri. Salah satu foto kegiatan kostumer Eling Galeri saat mengenakan busana kaftan lukis Eling Galeri.</p>
	
	<p>Melly Goeslow saat mengunjungi Eling Galeri untuk membeli busana kaftan lukis Eling Galeri.</p>

### Busana kaftan Eling Galeri memberikan keragaman budaya Indonesia.

Kaftan itu *up-to-date* setiap zaman bisa diikuti dan hanya ada perbedaan yang kecil sekali, lihat table 6.

Table 6. Busana kaftan Eling Galeri memberikan keragaman budaya Indonesia.

Photo	Keterangan
	<p>Busana Bodo dari Sulawesi menjadi kaftan lukis, perpaduan budaya kain makasar dengan baju Bodo yang telah dimodifikasi menjadi busana kaftan lukis Eling Galeri. Kaftan dipadupadankan dengan kain tradisional makasar, dan bisa kaftan ini dikombinasikan seperti baju bodo dari Sulawesi.</p>

Dalam proses pembuatan busana kaftan lukis Eling Galeri menggunakan bahan yang berkualitas. Sesuai pendapat (Winarti Z, 2016) dalam e-jurnal tentang “Guru Pembelajar Modul Paket Keahlian Tata Busana Kelompok Kompetensi F” menyebutkan: “Pengetahuan dan keterampilan tentang alat gambar sangatlah penting. Kadang kala tidak semua pekerja seni/desainer cocok dan mampu mempergunakan alat tertentu atau alat yang sama dalam mewujudkan desainnya seperti menggunakan cat air/aquarel, pensil warna, cat minyak, tinta, spidol dan lainnya. Pada dasarnya setiap jenis peralatan tersebut mempunyai kebaikan dan keburukan, dan setiap alat-alat tersebut juga mempunyai efek yang berbeda pada hasil desain.” Nelson, (2016) “Kreatifitas dan Motivasi dalam Pembelajaran Seni Lukis” mengatakan “Alat dan bahan merupakan factor utama dalam melukis, keduanya merupakan suatangkaian yang tidak bisa dipisahkan dan salinh membantu dalam proses pembuatan karya seni lukis. Pengenalan bahan lukis merupakan rangsangan yang penting untuk membuat ungkapan visual. Macam-macam bahan dan alat dapat diperoleh dari alam atau pabrik. Bahanwarna dari pabrik antara lain pastel, cat minyak, cat aklirik dan bahan batik.”

Eling Galeri memang memilih bahan yang berkualitas. Sesuai pendapat Paramitha (2014) “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Produk Rabani Di Bunker Rabbani Pucang Surabaya.” mengutip pendapat (Philip Kotler & Armstrong, 2008): “Atribut Produk merupakan pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan



penentuan manfaat yang akan diberikan kepada konsumen. Manfaat tersebut dikomunikasikan dan diserahkan pada konsumen melalui atribut produk yang terdiri dari kualitas, fitur dan desain (rancangan).” Philip Kotler & Armstrong (2008) Prinsip-Prinsip Pemasaran (Principles of Marketing): “Manajemen kualitas total (Total Quality Management-TQM) adalah sebuah pendekatan dimana semua orang-orang perusahaan terlibat untuk terus meningkatkan kualitas produk, jasa, dan proses bisnis. Bagi kebanyakan perusahaan terkemuka, kualitas yang digerakkan pelanggan telah menjadi cara untuk melakukan bisnis. Saat ini, perusahaan mengambil pendekatan “pengembalian kualitas”(return of quality), memandang kualitas sebagai sebuah investasi dan melakukan usaha kualitas yang dapat diperhitungkan untuk hasil akhir.”

Eling Galeri melakukan pengerjaan produk secara detail dengan quality control yang ketat. Sesuai pendapat (Shanti, 2015) “The Blessing of Gamish and Kaftan Utama”: “Gamis dan Kaftan menjadi pilihan banyak perempuan aktif masa kini. Gaun Panjang lurus ini juga bisa memberi kesan ramping bentuk tubuh. Detail manis mudah diaplikasikan pada gamis dan kaftan, karena cutting yang simple. Sebagai busana muslim, gamis dan kaftan adalah solusi cerdas karena potongannya yang bisa menyamakan bentuk dan lekuk tubuh, serta mudah dipadupadankan dengan kreasi jilbab.” (Philip Kotler & Armstrong, 2008) “Prinsip-prinsip Pemasaran (Principles of Marketing)”: “Sebuah produk dapat ditawarkan dalam beragam fitur. Model dasar, model tanpa tambahan apapun, merupakan titik awal. Perusahaan dapat menciptakan tingkat model yang lebih tinggi dengan menambahkan banyak fitur. Fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing.”

Target market tepat. Sesuai dengan pendapat (Philip Kotler & Armstrong, 2008) “Prinsip- prinsip Pemasaran ( Principles of Marketing)”: “Aktivitas utama dalam perencanaan strategis adalah analisis portofolio (portofolio analysis) bisnis, di mana manajemen mengevaluasi produk dan bisnis perusahaan. Perusahaan akan menginginkan penempatan sumber daya yang kuat pada bisnis yang lebih menguntungkan dan mengurangi atau menghilangkan bisnis yang lemah”(Pradityo, 2015)” Rancangan Perbaikan Kualitas Baju Lukis Pada UKM Berdasarkan Matriks Importance Performance Analysis Dan Quality Function Deployment (Studi Kasus Pada UD. Eling Galeri)”: “Dengan mengetahui tingkat kepentingan dan kebutuhan



konsumen pada atribut baju lukis maka diharapkan U.D Eling Galeri dapat meningkatkan kualitas produk baju lukis maka diharapkan U.D Eling Galeri dapat meningkatkan kualitas produk baju lukisnya sesuai dengan persepsi konsumen serta dapat memenangkan persaingan baju lukis pada masa ini dan masa depan.”

Eling Galeri pintar membaca minat konsumen. Sesuai pendapat (Tjiptono, 2008:21) dalam e-jurnal (Putriani, 2015)” Pengaruh Citra Image (Brand Image) Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Fastfood Indonesia Tbk. (Kfc) Cabang Pematangsiantar”: Dalam mengambil keputusan konsumen mencari informasi tentang produk dan merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecah masalah, evaluasi produk atau merek akan mengarah kepada keputusan pembelian” (Sumarwan, 2014)” Perilaku Konsumen”：“Konsumen akan memiliki harapan mengenai bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi (performance expectation), harapan tersebut adalah standar kualitas yang akan dibandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang sesungguhnya dirasakan konsumen. Fungsi produk yang sesungguhnya dirasakan konsumen (actual performance), sebenarnya adalah persepsi konsumen terhadap kualitas produk tersebut.”

Eling Galeri mengikuti perkembangan media. Sesuai pendapat (Purbohastuti, 2017) “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi”: “Pada era digital ini, media sosial saat ini telah menjadi trend dalam berkomunikasi pemasaran. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan ini meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat seluruh dunia. Media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan serta pertukaran user-generated content. Ada beberapa media sosial yang sedang booming saat ini antara lain Whatsapp, Instagram, Twitter, Line, Facebook, Youtube dan lain-lain.

Seseorang pasti memiliki berbagai motivasi dalam menggunakan media sosial. Salah satu cara untuk mempertahankan produk kaftan lukis bisa melalui media sosial yang sedang booming dilakukan oleh banyak produsen. Semakin banyak konten yang



dilakukan maka semakin banyak kesempatan follower melihat produk kaftan lukis dan kemungkinan untuk melirik produk atau bahkan membeli produk busana kaftan lukis akan ada. Kekuatan media sosial sebagai bentuk mempertahankan produk sudah banyak dibuktikan berhasil oleh banyak produsen berbagai produk, Perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia sangat berkembang pesat. Keberadaan internet sedikit banyak telah mengubah pola interaksi masyarakat terhadap suatu produk.” (Christopher H. Lovelock & Wright, n.d.) “Manajemen Pemasaran Jasa (Principles of Service Marketing and Management)”: “Dalam hubungan yang sehat dan saling menguntungkan, kedua belah pihak mendapat insentif untuk memastikan hubungan itu akan bertahan dalam waktu yang lama. Penjual khususnya menyadari bahwa ada manfaatnya melihat dari perspektif investasi, dengan membenarkan biaya di muka dalam mendapatkan pelanggan-pelanggan baru dan mempelajari kebutuhan-kebutuhan mereka, yang mungkin bahkan tidak menghasilkan keuntungan pada tahun pertamata tapi dengan mengharapkan keuntungan dimasa mendatang.” (Pradityo, 2015)”

Rancangan Perbaikan Kualitas Baju Lukis Pada UKM Berdasarkan Matriks Importance Performance Analysis Dan Quality Function Deployment (Studi Kasus Pada UD. Eling Galeri)”: “Masa depan industri tekstile dapat di bilang masih memiliki harapan yang cerah, karena menurut perhitungan 5-10 tahun kedepan diperkirakan penduduk di Indonesia meningkat mencapai 260 juta jiwa. Hal ini akan membuat meningkatnya kebutuhan akan sandang khususnya akan menguntungkan bagi industri tekstile yang merupakan produsen sandang. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa masa depan industri tekstile masih memiliki harapan cerah namun kita harus senantiasa agar dapat bersaing dengan industri tekstile diseluruh dunia.” Eling Galeri mengakomodasi budaya local. Sesuai pendapat (Nainggolan, 2021) “Inspirasi Baju Bodo Untuk Gaya Hijabers yang Elegant”: “Perpaduan budaya busana Bodo khas Sulawesi dengan kain batik sebagai perpaduan budaya Indonesia turut memberikan warna di busana kaftan lukis yang memberikan kecintaan kebudayaan melalui lukisan hand painting di busana kaftan sehingga turut memberikan rasa bangga terhadap budaya Indonesia yang beragam dan sangat indah kepada konsumen.”



## Simpulan

Dari hasil penilaian 51.76% partisipan menyatakan setuju, terhadap pemakaian alat dan bahan busana kaftan lukis Eling Galeri. Eling Galeri memang memakai alat dan bahan yang berkualitas. Dari hasil penilaian 56.03% partisipan menyatakan setuju terhadap pemilihan bahan busana kaftan lukis Eling Galeri. Eling Galeri memang memilih bahan yang berkualitas. Dari hasil penilaian 52.11% partisipan menyatakan setuju terhadap cara pembuatan busana kaftan lukis Eling Galeri. Eling Galeri melakukan pengerjaan produk secara detail dengan quality control yang ketat. Dari hasil penilaian 57.39% partisipan menyatakan setuju target market busana kaftan lukis Eling Galeri. Target market tepat. Dari hasil penilaian 55.99% partisipan menyatakan setuju terhadap minat konsumen busana kaftan lukis Eling Galeri. Eling Galeri pintar membaca minat konsumen. Dari hasil penilaian 64.32% partisipan menyatakan setuju terhadap cara mempertahankan produk busana kaftan lukis Eling Galeri. Eling Galeri mengikuti perkembangan media. Dari hasil penilaian 48.83% responden menyatakan sangat setuju terhadap pengaruh busana kaftan lukis Eling Galeri menambah keragaman budaya Indonesia. Eling Galeri mengakomodasi budaya lokal.

## Referensi

- Christopher H. Lovelock, & Wright, L. K. (n.d.). *Manajemen Pemasaran Jasa (Principles of Service Marketing and Management)*. PT. Indeks.
- Nainggolan, I. (2021). *7 Inspirasi Baju Bodo Untuk Gaya Hijabers yang Elegant*. 17 Februari 2021. <https://review.bukalapak.com/fashion/inspirasi-kombinasi-baju-bodo-hijabers-114069>
- Nelson, N. (2016). Kreatifitas dan Motivasi dalam Pembelajaran Seni Lukis. *ISSN 2541-657X Nusantara (Ilmu Pengetahuan Sosial)*, Vol.1(1 Desember 2016).
- Paramitha, M. P. (2014). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Produk Rabani di Bunker Rabbani Pucang Surabaya*. <https://e-journal.unair.ac.id/JESTT/article/view/489>
- Philip Kotler, & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Principles of Marketing)*. Erlangga.
- Pradityo, R. (2015). *Rancangan Perbaikan Kualitas Baju Lukis Pada UKM Berdasarkan Matriks Importance Performance Analysis Dan Quality Function*



*Deployment (Studi Kasus Pada UD.Eling Galeri)* [Universitas Airlangga].  
<http://repository.unair.ac.id/3898/>

Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika - Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Vol.12*(Oktober 2017), No. 2.  
<https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JTE/article/download/4456/3213>

Putriani, A. D. (2015). Pengaruh Citra Image (Brand Image) Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Fastfood Indonesia Tbk. (Kfc) Cabang Pematangsiantar. *Jurnal Sultanist, ISSN 2338-4328, Vol. 3*(Desember 2015), No. 2.  
<https://sultanist.ac.id/index.php/sultanist/article/download/48/48>

Shanti, D. (2015). *The Blessing of Gamish and Kaftan Utama*. PT Gramedia Pustaka.  
Suwarno, B. (2013). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Alfabeta.

Winarti Z, dkk. (2016). *Guru Pembelajar Modul Paket Keahlian Tata Busana Kelompok Kompetensi*. <http://repositori.kemdikbud.go.id/12622/1/6>. Busana KK-F.pdf.