

Studi Kasus Proses Produksi Sikambang Manih Series Pada Brand Fashion Jamila Humaila Di Kota Bukittinggi

Fauziah Gianti Fitbriansyah¹, Puji Hujria Suci², Yusmerita³, Nurul Inayah Hutasuhut⁴

^{1,2,3,4}Universitas Negeri Padang, Sumatera Barat, Indonesia

Correspondence Email: ¹fauziahgianti@gmail.com

²puji.hujria@fpp.unp.ac.id

³Yusmerita@fpp.uno.ac.id

⁴inayahutasuhut@fpp.unp.ac.id

Abstrak. Penelitian ini berawal dari pengamatan terhadap brand fashion muslim Jamila Humaila yang memproduksi berbagai produk seperti scarf, top/blouse, tunic, dress, one set, dan aksesoris pelengkap. Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan proses produksi, keunggulan, serta strategi pemasaran Sikambang Manih Series. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan data primer dan sekunder. Informan terdiri dari manajer operasional, manajer produksi, dan desainer. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, dianalisis dengan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan, serta diuji keabsahannya melalui triangulasi kepada pemilik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sikambang Manih terinspirasi dari ukiran rumah gadang budaya Minangkabau, dibuat dengan Adobe Photoshop dan Procreate, kemudian dicetak pada kain polos melalui proses printing dan dijahit menjadi ready to wear. Strategi pemasaran difokuskan pada kebutuhan dan preferensi konsumen perempuan.

Kata Kunci: Proses Produksi, Sikambang Manih, Jamila Humaila

Abstract. This research began with an observation of the Muslim fashion brand Jamila Humaila, which produces various products such as scarves, tops/blouses, tunics, dresses, sets, and complementary accessories. The purpose of this research is to describe the production process, advantages, and marketing strategies of the Sikambang Manih Series. The method used is qualitative descriptive with primary and secondary data. The informants consist of the operational manager, production manager, and designer. Data was collected through observation, interviews, and documentation, analyzed through reduction, presentation, and conclusion drawing, and validated through triangulation with the owner. The research results show that Sikambang Manih is inspired by the carvings of the traditional Minangkabau house, created with Adobe Photoshop and Procreate, then printed on plain fabric through a printing process and sewn into ready-to-wear garments. The marketing strategy focuses on the needs and preferences of female consumers.

Keywords: Production Process, sikambang Manih, Jamila Humaila

PENDAHULUAN

Saat ini dunia *fashion* di Indonesia sangat berkembang, terutama karena faktor modernisasi yang banyak mempengaruhi dunia *fashion* (Triyanto & Asiatun, 2013). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik pertumbuhan pesat industri tekstil, pakaian jadi, dan alas kaki disebabkan oleh kuatnya permintaan internasional dan domestik. Permintaan luar negeri terhadap produk-produk ini pada kuartal pertama tahun 2024 meningkat 7,34% tahun-ke-tahun untuk produk tekstil dan 3,08% tahun-ke-tahun untuk pakaian jadi (Nugrahani, 2024). Menurut Srisusilawati (2024), perkembangan ini menyebabkan orang-orang di Indonesia mengubah gaya hidup dan cara berpakaian mereka secara signifikan, karena dapat dilihat masyarakat menjadi lebih tertarik untuk memperhatikan penampilan mereka sendiri. Oleh karena itu, banyak penjual yang menjual barang *fashion* mereka dengan menawarkan model *fashion* yang tetap relevan dan mengikuti *trend* (Fardiana Putri, 2022). Hal ini mendorong perusahaan-perusahaan *fashion* untuk terus berinovasi dalam desain produk mereka agar tetap kompetitif dan mampu memenuhi kebutuhan serta selera konsumen yang terus berkembang.

Tabel 1 Jumlah Penduduk Muslim di Negara-Negara Asia Tenggara

No	Negara	Jumlah Penduduk	Penduduk Muslim	Persentase (%)
1	Indonesia	273.523.615	236.530.000	86,88
2	Malaysia	32.365.999	16.318.355	61,30
3	Filipina	109.581.078	7.913.542	8,00
4	Kamboja	16.718.965	3.125.401	19,00
5	Thailand	69.799.978	3.000.000	4,30
6	Singapura	5.850.342	781.558	14,70
7	Brunei Darussalam	437.479	355.045	78,80
8	Laos	97.338.579	9.616	0,10
9	Vietnam	7.275.560	1.000	0,01
10	Timor Leste	1.318.445	2.970	0,32

Sumber: (Amalia et al., 2020)

Berdasarkan tabel diatas jumlah penduduk muslim yang besar di Indonesia memberikan peluang signifikan bagi industri halal. Sebagai mayoritas, komunitas muslim di negara ini secara tidak langsung akan mempengaruhi permintaan domestik terhadap produk-produk halal. Hal ini akan berdampak pada permintaan pasar internasional. Salah satu produk halal yang terkena imbasnya, yaitu dari industri *fashion* muslim.

Industri *fashion* muslim di Indonesia telah mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya permintaan pasar terhadap produk yang tidak hanya mematuhi nilai-nilai syariah tetapi juga memiliki nilai estetika yang modern dan relevan (Aulia & Siyar, 2021). Salah satu *brand* lokal yang berkembang di bidang ini adalah Jamila Humaila yang sebuah merk *fashion* yang berbasis di Kota Bukittinggi Sumatera Barat dan dikenal dengan koleksi-koleksi busana bernuansa lokal. Perusahaan Jamila Humaila menyediakan berbagai produk *fashion* yang paling sering terdiri dari *scarf*, *dress*, dan *top*, namun juga menawarkan produk lain seperti tunik dan mukena. Perusahaan ini memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk membeli pakaian eksklusif dengan harga yang terjangkau, sehingga dapat memenuhi keinginan para perempuan di luar sana.

Berdasarkan hasil pra-wawancara dengan Ibu D sekaligus manager perusahaan Jamila Humaila bahwa salah satu koleksi terlaris mereka adalah "*Sikambang Manih Series*" karena penjualannya telah mencapai 80% dari total produksi. Produk ini sangat diminati, terlihat dari beberapa *platform* penjualan seperti *shopee*, di mana stok produk sering habis.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fadzila et all (2020) berjudul Perkembangan Motif Pada Baju Pengantin di Meulaboh Kabupaten Aceh Barat membahas tentang perkembangan yang terjadi pada baju motif baju pengantin di Meulaboh dengan menggunakan motif *pinto aceh* sebagai lambang kebudayaan Aceh. Penelitian lain yang dilakukan oleh Enrico (2023) yang berjudul Perancangan Produk *Fashion* Kontemporer Berdasarkan Budaya Peranakan Dengan Menerapkan Motif Batik Pesisir membahas tentang wujud transformasi budaya untuk mengangkat budaya Indonesia diterima dapat diterima oleh pengguna setelah diujicobakan pada saat presentasi produk. Kedua penelitian tersebut membahas tentang modifikasi kebudayaan kedalam dunia *fashion*. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dilatarbelakangi oleh proses pembuatan *Sikambang Manih* pada *brand fashion* Jamila Humaila di Kota Bukittinggi.

LANDASAN TEORI

Pengertian Studi Kasus

Studi kasus dalam bahasa inggris "*A Case Study*" atau "*Case Studies*". Kata "Kasus" diambil dari kata "*Case*" artinya kasus, kajian , peristiwa Sedangkan arti dari "*case*"sangatlah kompleks dan luas. Studi kasus adalah sebuah eksplorasi dari "suatu sistem yang terikat" atau

“suatu kasus/beragam kasus” yang dari waktu ke waktu melalui pengumpulan data yang mendalam serta melibatkan berbagai sumber informasi yang “kaya” dalam suatu konteks.

Studi kasus merupakan serangkaian aktivitas ilmiah yang dilakukan secara intensif, detail dan mendalam terkait suatu program, peristiwa atau aktivitas, baik pada individu, kelompok, lembaga, maupun organisasi. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang peristiwa tersebut. Umumnya, peristiwa yang dipilih sebagai kasus adalah kejadian nyata (*real-life events*) yang sedang berlangsung, bukan sesuatu yang telah berlalu (adar BakhshBaloch, 2017).

Proses Produksi Busana

Dalam industri *fashion* proses produksi busana melibatkan serangkaian tahapan terstruktur yang dimulai dari konsep desain hingga menjadi produk akhir yang siap digunakan. Secara umum, menurut Harahap (2023), proses dapat didefinisikan sebagai serangkaian langkah-langkah atau tindakan yang saling berkaitan untuk mencapai hasil tertentu. Produksi adalah aktivitas mengolah bahan baku menjadi produk yang memiliki nilai tambah atau nilai guna melalui proses tertentu (Nusantara, 2022). Proses produksi busana adalah keseluruhan rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mengubah bahan baku tekstil menjadi pakaian yang siap digunakan dengan mempertimbangkan aspek estetika, fungsionalitas dan kenyamanan bagi pemakai (Yusmerita, 2019). Selain itu, proses produksi tersebut bisa dilakukan dengan menggunakan Software CLO3D, CLO3D dapat memenuhi kebutuhan perancangan yang mungkin dimiliki oleh para perancang busana, seperti perancangan busana, pembuatan pola, kustomisasi dan modifikasi, pemilihan kain, tampilan, dan produksi. CLO3D memiliki kelebihan yang dapat mendekati bentuk busana secara nyata atau real (Suci, 2023).

Aspek Sosial dan Kultural

Aspek sosial *fashion* termasuk interaksi antara individu dan kelompok dalam masyarakat, dan bagaimana pilihan pakaian mencerminkan status sosial, identitas, dan nilai-nilai. *Fashion* adalah seseorang yang kelompok sosialnya terkandung dan berfungsi sebagai sarana komunikasi nonverbal yang menyampaikan pesan tentang bagaimana orang lain ingin melihat. Ini termasuk dampak media sosial untuk memperkuat tren dan norma-norma tertentu ketika berpakaian, dan dampak perubahan sosial seperti persepsi keberlanjutan dan etika dalam industri *fashion*. Salah satu hal yang diatur dalam aturan tradisional budaya Minangkabau adalah pakaian adat. Pakaian adat penghulu memiliki bentuk, fungsi, dan makna tersendiri, seiring dengan perkembangan zaman, bentuk, fungsi, dan makna pakaian adat penghulu dapat berubah. Jika bentuk suatu pakaian berubah, maka fungsi dan makna pakaian tersebut juga akan berubah, seperti halnya pakaian penguasa, banyak orang yang tidak mengetahui hal ini (Putri, 2024). Salah satunya Baju Kurung Basiba sebagai identitas perempuan Minangkabau menjadi salah satu kekayaan budaya Minangkabau yang mulai diterapkan di berbagai tingkat pendidikan sesuai dengan arahan Gubernur Sumatera Barat (Novryani, 2024)

Konsep Sikambang Manih

Salah satu ukiran yang sarat makna adalah *Sikambang Manih*, atau dikenal juga sebagai *Kembang Manis*. Ukiran ini menyiratkan bahwa setiap tamu yang datang akan disambut dengan penuh keramahan dan rasa kekeluargaan, tanpa memandang status sosial atau latar belakang mereka. Sikap ini mencerminkan nilai-nilai kebersamaan dan penghormatan yang tinggi terhadap sesama manusia.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai dalam memahami berbagai fenomena yang terjadi. Menurut Sukmadinata (2011), penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada baik yang bersifat alamiah maupun hasil rekayasa manusia dengan fokus pada karakteristik, kualitas, serta keterkaitan antar kegiatan yang relevan. Pendekatan ini lebih menekankan pada pemahaman mendalam terhadap objek penelitian tanpa mengutamakan angka atau statistik, namun lebih pada penjelasan fenomena secara rinci.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan dari data-data narasumber saat melakukan pengamatan dan wawancara penelitian maka peneliti menganalisis untuk mengambil intisari baik teori, penuntutan informasi dan kesimpulan dari peneliti sendiri, berikut pembahasan tentang latar belakang Jamila Humaila, bentuk motif Sikambang manih. Proses pembuatan Sikambang manih di Jamila Humaila

Latar Belakang Berdirinya Jamila Humaila

Jamila Humaila didirikan pada Desember 2019 oleh Roby Rimeldo dan berada dibawah naungan PT Bara Jaya Group. Sebagai brand fashion muslim terinspirasi dari pemahaman bahwa keinginan belanja wanita cenderung lebih tinggi dibanding pria, sehingga strategi pemasaran dan pengembangan produknya difokuskan untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen perempuan. Hal ini sejalan dengan fakta bahwa perempuan merupakan konsumen yang sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian, dengan 97% pembelian dipengaruhi oleh perempuan. Selain itu, perempuan lebih konsumtif namun juga lebih teliti dalam membelanjakan uangnya pada hal-hal yang berguna, seperti pendidikan dan kesehatan. Oleh karena itu, Jamila Humaila mengembangkan produk dan strategi pemasaran yang tidak hanya menonjolkan kualitas, tetapi juga membangun emotional connection dengan konsumen perempuan, menciptakan komunitas, dan memberikan perhatian khusus agar konsumen merasa dihargai dan dipercaya.

Brand Jamila Humaila memiliki logo huruf J dengan detail daun yang memiliki makna bahwa brand ini diharapkan akan selalu tumbuh dan berkembang menjadi brand Besar. Jamila Humaila berasal dari bahasa arab yang memiliki arti keindahan, baik atau elok, sesuai dengan maknanya penamaan Jamila disematkan agar karya ini mampu menampilkan keindahan dan kebaikan untuk setiap orang yang mengenal Brand Jamila/Jamila Humaila.

Proses Produksi Sikambang Manih

1. Bentuk Motif Sikambang manih

Referensi utama yang digunakan adalah motif *Sikambang Manih*, sebuah motif klasik yang sering dijumpai pada ukiran rumah adat Minangkabau. Motif ini memiliki kekhasan pada bentuk flora dan susunan yang simetris. Selain *Sikambang Manih*, juga dikumpulkan referensi lain seperti pucuk rebung, kaluak paku, dan bunga melati—yang semuanya menampilkan karakter visual berupa garis lengkung dan elemen tumbuhan.

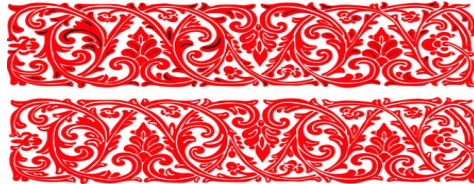
Dilakukan proses penyelarasan desain terhadap bentuk dan elemen visual untuk menyesuaikannya dengan kebutuhan desain yang lebih modern. Proses penyelarasan desain ini dilakukan dengan cara menyederhanakan bentuk dasar ornamen tanpa menghilangkan identitas khas dari motif Minangkabau. Beberapa elemen seperti pucuk rebung dan sulur daun dipadukan ke dalam susunan baru yang terasa seimbang dan

proporsional. Pengulangan bentuk secara teratur dan keseimbangan visual diperhatikan agar motif yang dihasilkan



Gambar 1. Ukiran Dinding Rumah Gadang

Sumber : *Company Profile* Jamila Humaila



Gambar 2. Motif Sikambang Manih

Sumber : *Company Profile* Jamila Humaila

2. Alat dan Bahan Yang Digunakan

Untuk mendesain motif, memerlukan alat seperti computer dan ipad/tablet. Selain itu juga membutuhkan mesin printing, mesin press, mesin jahit, mesin obras, gunting kain, gunting cekris. Bahan yang digunakan dalam produksi, seperti kain polos putih, transfer paper, benang jahit, dan benang obras. Serta juga membutuhkan hangtag, stiker penanda telah uji quality control, dan pouch ziplock untuk pengemasan.

3. Proses Pembuatan Sikambang Manih Pada Rancangan Busana

- a) Penerapan Motif Sikambang Manih ke dalam *Line Up* Desain Busana
Motif Sikambang Manih yang telah dirancang kemudian diaplikasikan ke dalam desain busana dengan bantuan aplikasi Adobe Photoshop.



Gambar 3. Desain Busana Sikambang Manih

Sumber : *Company Profile* Jamila Humaila



Gambar 4. Detail Motif Pengembangan Sikambang Manih

Sumber : *Company Profile* Jamila Humaila

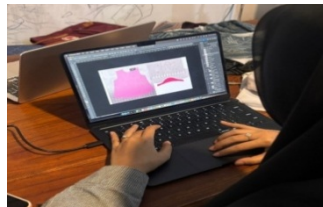
- b) Penyusunan Gambar Teknis (*Technical Drawing*)
Setelah tahap penyusunan line up selesai, proses selanjutnya adalah membuat gambar teknis atau technical drawing untuk setiap rancangan busana. Gambar ini berfungsi untuk menjelaskan secara detail bagian-bagian pakaian, seperti bentuk kerah, jenis lengan, potongan badan, hingga posisi dan ukuran motif yang digunakan.



Gambar 5. Technical Drawing Dress Sikambang Manih

Sumber : Company Profile Jamila Humaila

- c) Pembuatan pola dan pengaplikasikan motif ke pola



Gambar 6. Pembuatan Pola dan Pengaplikasikan Motif Ke Pola

Sumber: Dokumentasi Penulis

- d) Desain yang sudah disusun di pola kemudian dicetak ke dalam transfer paper menggunakan mesin printer khusus.



Gambar 7. Mesin Printing Transfer Paper

Sumber: Dokumentasi Penulis

- e) Transfer paper yang sudah dicetak lalu ditempelkan ke kain dan dipress menggunakan mesin press panas.



Gambar 8. Proses Press dari Transfer Paper ke Kain

Sumber: Dokumentasi Penulis

- f) Setelah motif berpindah ke kain, kain dipotong sesuai pola yang sudah dibuat. Potongan kain kemudian dijahit



Gambar 9. Proses Menjahit

Sumber : Dokumentasi Penulis

- g) Setelah dijahit, logo pin dari brand Jamila Humaila dipasangkan ke pakaian, kemudian dilakukan quality control untuk memastikan apakah produk tersebut layak untuk dipasarkan.



Gambar 10. Penjahitan Logo Pin Sikambang Manih

Sumber : Dokumentasi Penulis

- h) Terakhir, produk yang lolos quality control akan di beri tanda kemudian dipacking menggunakan zip plock dan dimasukkan ke paper bag.



Gambar 11. Proses Packaging

Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 12. Contoh Packaging

Sumber : Dokumentasi Penulis

4. Keunggulan Sikambang Manih

Keunggulan ini terbukti dari tingginya minat beli konsumen, yang menjadi salah satu indikator utama keberhasilan sebuah produk fashion. Hal tersebut tercermin dalam data penjualan saat peluncuran tiga koleksi terbaru Jamila Humaila pada bulan yang sama, yaitu Sikambang Manih Series, Agam Series, dan Anora Series. Berdasarkan data, Sikambang Manih Series mencatat angka penjualan tertinggi yakni sebanyak 12.143 pcs, dibandingkan dengan Anora Series yang terjual 10.456 pcs dan Agam Series sebanyak 8.377 pcs. Serta motif ini dibawakan ikut serta saat mengikuti Jakarta Muslim Fashion Week (JMFW).

Angka ini menunjukkan bahwa Sikambang Manih Series mampu menarik perhatian konsumen secara signifikan lebih besar dibandingkan dua seri lainnya. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kekuatan desain motif yang

bermakna, kualitas bahan yang unggul, serta strategi branding dan pemasaran yang tepat menjadi faktor penentu dalam kesuksesan produk di pasar lokal maupun nasional. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih lanjut mengenai proses produksi, konsep desain, serta strategi pengembangan produk dalam koleksi ini, sebagai acuan dalam inovasi produk fashion berbasis budaya ke depannya.

5. Strategi Marketing Jamila Humaila

Strategi marketing di jamila itu menggunakan media sosial sebagai platform utama untuk meningkatkan engagement dan minat customers. Dengan strategi yang tepat seperti campaign dan konten kreatif serta promosi diskon. Sikambang Manih dapat memaksimalkan pemasaran produk ini dan jamila juga memberikan special launching saat event JMFW 2025. Promosi koleksi Sikambang Manih mungkin memiliki tantangan tersendiri dibanding koleksi lainnya, karena ini harus maksimal untuk pengemasan campaign dan mix n match look karena akan dibawakan di panggung runway JMFW 2025. Respon pasar terhadap koleksi Sikambang Manih sejauh ini sangat luarbiasa karena sampai saat inipun masih ada cust yang menayakan ketersediaan series ini dan kita juga menjadi TOP SELLER BRAND di event JMFW 2025 kemarin. Selain itu, bisa mempromosikan melalui iklan. Iklan adalah salah satu cara untuk mempromosikan produk industri. Fungsinya adalah untuk mempromosikan produk baru, ide, atau citra. Iklan membutuhkan penggunaan bahasa yang menarik untuk membujuk pelanggan agar tertarik dengan apa yang diiklankan atau ditawarkan (Hutasuhut, 2023).

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan penulis dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Jamila Humaila merupakan sebuah brand fashion muslim yang awalnya berstatus sebagai brand lokal dan berhasil bertransformasi menjadi pemain di pasar global. Jamila Humaila menyediakan beberapa item produk diantaranya scarf, top/blouse, tunic, dress, one set dan accessories lainnya untuk melengkapi outfit head to toe. Jamila Humaila memiliki target market yang berfokus pada perempuan mature feminime dengan kalangan menengah ketas. Namun untuk beberapa koleksi juga bisa digunakan oleh remaja-dewasa.
2. Salah satu motif yang memiliki filosofi budaya Minangkabau adalah motif Sikambang manih. Sikambang manih yang sarat makna adalah *Sikambang Manih*, atau dikenal juga sebagai *Kembang Manis*. Ukiran ini menyiratkan bahwa setiap tamu yang datang akan disambut dengan penuh keramahan dan rasa kekeluargaan, tanpa memandang status sosial atau latar belakang mereka. Sikap ini mencerminkan nilai-nilai kebersamaan dan penghormatan yang tinggi terhadap sesama manusia.
3. Untuk mendesain motif, memerlukan alat seperti computer dan ipad/tablet. Selain itu juga membutuhkan mesin printing, mesin press, mesin jahit, mesin obras, gunting kain, gunting cekris. Bahan yang digunakan dalam produksi, seperti kain polos putih, transfer paper, benang jahit, dan benang obras. Serta juga membutuhkan hangtag, stiker penanda telah uji quality control, dan pouch ziplock untuk pengemasan.
4. Proses pembuatan motif sikambang manih Jamila Humaila menjadi busana dengan mendesain motif yang telah dirancang kemudian diaplikasikan ke dalam desain busana dengan bantuan aplikasi Adobe Photoshop dengan Penyusunan Gambar Teknis (Technical Drawing).
5. Strategi marketing di jamila itu menggunakan media sosial sebagai platform utama untuk meningkatkan engagement dan minat customers.

6. Sikambang Manih Series merupakan koleksi unggulan Jamila Humaila yang menggabungkan filosofi budaya Minangkabau dengan desain modern melalui motif eksklusif dan penggunaan bahan premium. Keunggulan desain, pemilihan warna yang estetik, serta strategi produksi dan pemasaran yang efektif menjadikan seri ini paling diminati konsumen. Hal ini dibuktikan dengan angka penjualan tertinggi dibandingkan koleksi lainnya, menunjukkan bahwa nilai tradisi yang dikemas secara kontemporer dapat meningkatkan daya saing produk fashion di pasar lokal maupun nasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Ibu Dinda Andani sebagai Manager Operasional dan Ibu Intan Meylani dan Ibu Farah Delvina Putri yang telah memfasilitasi pelaksanaan penelitian di Jamila Humaila Bukittinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia et all. 2020. Analisis Tren Fashion Muslim dalam Meningkatkan Halal Lifestyle di Kalangan Mahasiswa Muslim di Kota Medan. *Jurnal Masharif al- Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*.
- Aulia, V., & Siyar, S. 2021. Fesyen Muslim dan Diplomasi Budaya Indonesia. *SIYAR Journal*, 1(1), 3–20. <https://doi.org/10.15642/siyar.2021.1.1.3-20>
- Enrico. (2023). Perancangan Produk Fashion Kontemporer Berdasarkan Budaya Peranakan dengan Menerapkan Motif Batik Pesisir. *Jurnal Rupa*.
- Fadzila et all. (2020). Perkembangan Motif Pada Baju Pengantin di Meulaboh Kabupaten Aceh Barat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Program Studi Pendidikan Seni Drama, Tari dan Musik*.
- Fardiana Putri, R., Fitriani, E. W., & Sartika, S. H. 2022. Analisis Strategi Pemasaran Erigo Store Brand Fashion Lokal Indonesia Yang Mendunia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 213–220. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.185>.
- Hutasuhut, N. d. (2023). Persuasive Language In Advertising Fashion Product Of Fashion E-Commerce Course At Universitas Negeri Padang. *Ensiklopedia of Journal*.
- Novryani, H. d. (2024). Pengaruh Jenis Kain Terhadap Hasil Baju Kurung Basiba Untuk Anak Usia Dini. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*.
- Nugrahani. 2024. Industri Fesyen Indonesia Semakin Bersinar dan Berkembang. <https://www.vibizmedia.com/index.php/2024/08/11/industri-fesyen-indonesia-semakin-bersinar-dan-berkembang/>.
- Srisusilawati, P., Prasetyo, S. N., Nur Hamidah, S. A., Rihhadatull 'Aisy, R. A., & Oktavia, R. 2024. Tren dan Perkembangan Fashion Syariah Pada Era Modern di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 953. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12319>
- Suci, H. P., Puspaneli, dan Yupelmi, M.(2023). Tutorial Video Development of 3D Women's Fashion Design Using CLO3D for Clothing Production Design Courses. *Proceedings of Vocational Engineering International Conference*.
- Triyanto, & Asiatun, K. 2013. Indonesia Pusat “Tren Fashion Dunia” Triyanto. *Seminar Nasional 2013 “Kesiapan SMK Dalam Implementasi Kurikulum 2013,”* 511–518.
- Yuliana et all. (2022). Narasi Revialisasi Pada Perspektif Pendi Jember Fashion Carnaval . *Jurnal Pustaka Komunikasi* .
- Yusmerita, M. &. (2019). The Strength of Cooperative Learning Method Based on CTL on Fashion Design Production. *International Conference on Islamic Education (ICoIE 201*