

**STUDI KASUS PROSES PRODUKSI SIKAMBANG MANIH SERIES
PADA BRAND FASHION JAMILA HUMAILA DI KOTA BUKITTINGGI**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Departemen Ilmu Kesejahteraan Keluarga
Sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S. Pd)
Universitas Negeri Padang*



FAUZIYAH GIANTI FITBRIANSYAH

NIM 2020/20075132

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN KESEJAHTERAAN KELUARGA
DEPARTEMEN ILMU KESEJAHTERAAN KELUARGA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**STUDI KASUS PROSES PRODUKSI SIKAMBANG MANIH SERIES
PADA BRAND FASHION JAMILA HUMAILA
DI KOTA BUKITTINGGI**

Nama : Fauziyah Gianti Fitbriansyah
NIM/BP : 20075132/2020
Program Studi : S1 PKK
Departemen : Ilmu Kesejahteraan Keluarga
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, September 2025

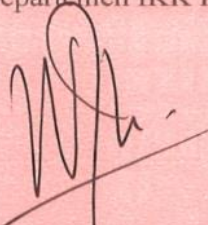
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Puji Hujiria Suci, M. Pd.
NIP. 1980614 201803 2001

Kepala Departemen IKK FPP UNP



Dr. Weni Nelmira, S.Pd.M.Pd.T
NIP. 19790727 200312 2002

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Nama : Fauziyah Gianti Fitbriansyah
NIM : 2020/20075132
Judul : Studi Kasus Proses Produksi Sikambang Manih
Series Pada Brand Fashion Jamila Humaila Di
Kota Bukittinggi.
Program Studi : S1 PKK
Departemen : Ilmu Kesejahteraan Keluarga
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dinyatakan lulus setelah mempertahankan skripsi
di depan Tim Penguji Program Studi S1 Pariwisata Departemen Pariwisata
Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang Padang,

September 2025

Tim Penguji

Tanda Tangan

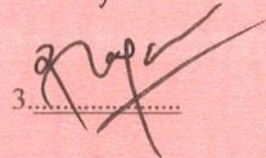
Ketua : Puji Hujria Suci, M.Pd

1. 

Anggota : Dr. Yusmerita, M.Pd

2. 

Anggota : Nurul Inayah Hutahun, S.Pd. I., M.Hum

3. 



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN ILMU KESEJAHTERAAN KELUARGA
Jl.Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp.(0751)7051186 e-mail : ikkfppunp@gmail.com**

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fauziyah Gianti Fitbriansyah
NIM/TM : 20075132/2020
Program Studi : Pendidikan Kesejahteraan Keluarga
Departemen : Ilmu Kesejahteraan Keluarga
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi/ Tugas Akhir saya dengan judul :

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

Adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,
Kepala Departemen IKK FPP UNP

Dr. Weni Nelmira, S.Pd, M.Pd.T
NIP. 19790727 200312 2002

Saya yang menyatakan,

Fauziyah Gianti F.
NIM. 20075132

ABSTRAK

Fauziyah Gianti Fitbriansyah, (2025). “ Studi Kasus Proses Produksi Sikambang Manih Series Pada Brand Fashion Jamila Humaila Di Bukittinggi”. Skripsi, Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga. Fakultas Pariwisata dan Perhotelan. Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini di latar belakang oleh keberhasilan produk *Sikambang Manih Series* pada brand fashion muslimah Jamila Humaila yang mampu memadukan nilai budaya Minangkabau dengan desain modern, sehingga diminati pasar lokal dan nasional. Latar belakang tersebut diperkuat oleh hasil pengamatan terhadap brand yang memproduksi berbagai produk seperti *scarf, top/blouse, tunic, dress, one set*, dan aksesoris pelengkap. Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan proses produksi, mengidentifikasi keunggulan produk dibandingkan seri lainnya, serta menganalisis strategi *pemasaran Sikambang Manih Series*.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan memanfaatkan data primer dan sekunder. Informan penelitian terdiri dari satu orang pemilik brand, manajer operasional, manajer produksi, dan desainer pada Jamila Humaila. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilaksanakan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diperoleh melalui teknik triangulasi yang melibatkan brand Jamila Humaila.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Sikambang Manih Series* terinspirasi dari ukiran rumah gadang budaya Minangkabau. Proses produksi dimulai dari perancangan motif menggunakan *Adobe Photoshop dan Procreate*, pencetakan motif pada kain polos melalui teknik printing, hingga penjahitan menjadi busana *ready to wear*. Keunggulan produk terletak pada motif eksklusif, kualitas bahan premium, dan fleksibilitas desain yang sesuai untuk berbagai acara. Strategi pemasaran difokuskan pada kebutuhan serta preferensi konsumen perempuan melalui pemanfaatan media sosial, kolaborasi dengan influencer, dan partisipasi dalam acara fashion bergengsi, sehingga mampu meningkatkan citra merek dan volume penjualan.

Kata Kunci: Studi kasus, proses produksi, *sikambang manih*, Jamila Humaila

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim. Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Studi Kasus Proses Produksi Sikambang Manih Series Pada Brand Fashion Jamila Humaila di Bukittinggi”**. Shalawat dan salam penulis hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita semua ke alam yang penuh ilmu pengetahuan seperti sekarang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak, baik dalam bentuk moril maupun materil. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan motivasi yang telah diberikan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Puji Hujria Suci, M. Pd selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Yusmerita, M. Pd selaku dosen penguji I yang telah memberikan masukan dan saran perbaikan terhadap skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Nurul Inayah Hutasuhut, S. Pd. I, M. Hum selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan dan saran perbaikan terhadap skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

4. Ibu Prof. Yuliarma, M. Ds selaku dosen Penasehat Akademik yang memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Weni Nelmira, S.Pd., M.Pd.T selaku kepala Departemen Ilmu Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.
6. Seluruh dosen Departemen Ilmu Kesejahteraan Keluarga yang telah memberikan banyak ilmu dan wawasan kepada penulis semasa di bangku perkuliahan.
7. Kepada Jamila Humaila, serta Bapak Roby, Ibu Dinda, Ibu Intan, dan Ibu Farah, yang telah berkenan memberikan izin, kesempatan, serta dukungan selama proses penelitian berlangsung. Bantuan, arahan, dan keterbukaan yang diberikan sangat membantu penulis dalam memperoleh data serta menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
8. Orang tua penulis, M. Syahril, SKM dan Desfit Netty, atas segala kasih sayang, doa, nasihat, serta pengorbanan yang tiada henti sejak awal hingga saat ini. Setiap langkah yang penulis jalani tidak pernah terlepas dari doa tulus Papi dan Mami, yang senantiasa menjadi kekuatan terbesar dalam hidup penulis. Tanpa dukungan, kesabaran, dan keikhlasan Papi dan Mami, penulis tidak akan mampu berada pada titik ini.
9. Kepada saudara penulis, Abang dr. Ridho Fitbriansyah dan Kakak Shatri Pat Halawiyah, S. Ked., yang selalu memberikan dukungan dengan cara masing-masing. Kehadiran Abang dan Kakak menjadi sumber semangat, motivasi, serta bantuan yang sangat berarti dalam perjalanan perkuliahan

penulis. Dukungan, baik moril maupun materiil, yang telah diberikan menjadi bagian penting yang tidak akan pernah penulis lupakan.

10. Kepada Zahrini, Nazifa Amanda, Thalita Salsabilla, yang selalu hadir memberikan dukungan, kebersamaan, semangat, serta menjadi bagian penting dalam perjalanan studi penulis.

11. Kepada Najla Osyra, Amelia Salsabila, Zahra Malinda, Jihan Fauziah, Viona Salsabila, Syukrina Kamilah, Suci Zahratul, Lara Puja, Yoli Yuliani, Ignes Ulina, Suci Ramadhani, Raudhatul Jannah, Puteri Suci Aisyah, Muhammad Rizki dan Fathur Rizky. Terima kasih telah menjadi sahabat dan pendengar yang siap mendengarkan keluh kesah, serta selalu memberikan saran atau masukan untuk segala permasalahan yang saya hadapi.

12. Seluruh keluarga dan teman-teman yang senantiasa memberikan motivasi serta doa selama penulisan skripsi ini.

Penulis memohon maaf yang sedalam-dalamnya atas segala kekhilafan yang telah penulis perbuat. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis harapkan saran dan pendapat dari semua pihak untuk lebih menyempurnakan penulis skripsi ini.

Padang, 15 Agustus 2025

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Landasan Teori	14
1. Pengertian Studi Kasus	14
2. Keunggulan Produksi Busana.....	15
3. Proses Produksi Busana	17
4. Konsep dan Sejarah <i>Fashion</i> Indonesia.....	20
5. Aspek Sosial dan Kultural	25
6. Konsep Sikambang Manih.....	26
7. <i>Brand Fashion</i> Jamilah Humailah	31
8. Strategi Marketing	32
9. <i>Trend</i> dan Inovasi dalam Proses Produksi Busana	36
B. Kerangka Konseptual	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Lokasi Penelitian	40
C. Informan Penelitian	41
D. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	42
E. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	44
F. Teknik Analisis Data	46
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Temuan Umum.....	49

B. Temuan Khusus	55
C. Pembahasan	88
BAB V PENUTUP	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Produk Sikambang Manih Series	6
Gambar 2. Sikambang Manih	28
Gambar 3. Logo Jamila Humaila	31
Gambar 4. Jamila Humaila Jakarta Muslim Fashion Week.....	35
Gambar 5. Kerangka Konseptual	38
Gambar 7. Offline Store Jamila Humaila Bukittinggi	40
Gambar 6. Lokasi Jamila Humaila Bukittinggi.....	40
Gambar 8. Letak Geografis Kota Bukittinggi	50
Gambar 9. Produk Brand Jamila Humaila	54
Gambar 10. Produk Brand Jamila Humaila	54
Gambar 11. Logo Jamila Humaila	56
Gambar 12. Struktur Organisasi.....	57
Gambar 13. Ukiran Dinding Rumah Gadang.....	60
Gambar 14. Data Acuan Ornamen Sikambang Manih.....	61
Gambar 15. Motif Sikambang Manih	62
Gambar 16. Motif-motif khas Minangkabau	63
Gambar 17. Detail Motif Pengembangan Sikambang Manih	65
Gambar 18. Ornamen Sikambang Manih	65
Gambar 19. Ornamen Likuak Paku.....	66
Gambar 20. Ornamen Daun Siriah Gadang	66
Gambar 21. Komputer.....	67
Gambar 22. Ipad.....	67
Gambar 23. Mesin Printing.....	68
Gambar 24. Mesin Press	69
Gambar 25. Mesin Jahit	69
Gambar 26. Mesin Obras	70
Gambar 27. Gunting.....	70
Gambar 28. Gunting Cekris	71
Gambar 29. Bahan Polos.....	72
Gambar 30. Benang Jahit	73
Gambar 31. Benang Obras	74
Gambar 32. Hangtag	75
Gambar 33. Stiker Penanda Telah Uji Quality Control	75
Gambar 34. Pouch Packaging	76
Gambar 35. Desain Busana Sikambang Manih.....	78
Gambar 36. Technical Drawing Dress Sikambang Manih.....	79
Gambar 37. Technical Drawing Dress Vest Sikambang Manih.....	79
Gambar 38. Technical Drawing One Set Celana Sikambang Manih.....	80
Gambar 39. Pembuatan Pola dan Pengaplikasikan Motif Ke Pola	80
Gambar 40. Mesin Printing Transfer Paper	81
Gambar 41. Proses Press dari Transfer Paper ke Kain.....	81
Gambar 42. Suhu.....	82
Gambar 43. Proses Menjahit.....	82
Gambar 44. Penjahitan Logo Pin Sikambang Manih.....	83

Gambar 45. Proses Quality Control	84
Gambar 46. Proses Packaging.....	84
Gambar 47. Contoh Packaging	85
Gambar 48. Foto Bersama Customer Service Jamila Humaila.....	137
Gambar 49. Foto Bersama Ibu Dinda (manager)	137
Gambar 50. Foto Bersama Ibu Dinda (Manager), Ibu Intan (Desain) dan Ibu Farah (Produksi).....	138
Gambar 51. Store jamila	138
Gambar 52. Sikambang Manih Series di JMFW 2025	139
Gambar 53. Sikambang Manih Series di JMFW 2025 Bersama Owner.....	139
Gambar 54. Katalog Dress Sikambang Manih Series.....	140
Gambar 55. Katalog Top Sikambang manih Series	140

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Penduduk Muslim di Negara-Negara Asia Tenggara.....	2
Tabel 2. Daftar Kecamatan dan Kelurahan di Bukittinggi.....	52
Tabel 3. Daftar Penjualan Anora Series	133
Tabel 4. Daftar Penjualan Agam Series	133
Tabel 5. Daftar Penjualan Sikambang Manih Series	133

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	108
Lampiran 2. Data Informan.....	119
Lampiran 3. Catatan lapangan wawancara.....	120
Lampiran 4. Daftar Penjualan	133
Lampiran 5. Dokumentasi.....	137
Lampiran 6. Surat Izin Penelitian.....	142

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini dunia *fashion* di Indonesia sangat berkembang, terutama karena faktor modernisasi yang banyak mempengaruhi dunia *fashion* (Triyanto & Asiatun, 2020:512). 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, 2024:1). Menurut Srisusilawati (2024:957), 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, 2022:6851). 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.

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

Tabel 1. Jumlah Penduduk Muslim di Negara-Negara Asia Tenggara

Sumber: (Amalia et all, 2023:458)

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.

Menurut Aulia (2021:13), salah satu segmen industri *fashion* yang mengalami pertumbuhan besar adalah *fashion* muslim. Menurut laporan *The State of the Global Islamic Economy* tahun 2023, konsumsi *fashion* muslim global saat ini mencapai sekitar USD270 miliar dan diperkirakan akan meningkat dengan rata-rata pertumbuhan tahunan sebesar 5%, mencapai USD361 miliar. Di Indonesia sendiri, konsumsi fesyen muslim mencapai USD20 miliar dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 18,2%. Pemerintah juga menyadari potensi besar ini, seperti yang diungkapkan Presiden Jokowi dalam *Muslim Fashion Festival (Muffest)*

2018, bahwa Indonesia memiliki peluang untuk menjadi pemain utama di pasar busana muslim global (Latifa, 2024:2). Data tersebut menunjukkan pertumbuhan industri *fashion* muslim di Indonesia karena permintaan yang tinggi terhadap produk *fashion* muslim untuk acara sehari-hari dan formal. Selain itu, dapat dilihat banyak merek *fashion* muslim lokal yang terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pasar dengan menyediakan desain yang *stylish* dan modern namun tetap mempertahankan nilai-nilai syariah, sehingga menjadikan *fashion* muslim sebagai pilihan utama bagi konsumen di Indonesia. Terdapat empat gaya *fashion* muslim akan ada di Indonesia ialah syar'i konvensional, syar'i modern, modest konvensional, serta modest modern (Amalia et al, 2023:461)

Budaya adalah sikap terhadap kehidupan yang telah didengar, mengembangkan sekelompok orang yang diturunkan dari generasi ke generasi. Budaya mencakup banyak elemen, termasuk kebiasaan, bahasa, karya seni, sistem agama, politik dan banyak lagi (Fadzila et al, 2020:50). Budaya umumnya dapat diartikan sebagai gaya hidup abstrak yang kompleks yang mencerminkan nilai-nilai dan norma masyarakat. Salah satu budaya yang terkenal di Indonesia adalah Minangkabau. Budaya Minangkabau memiliki dampak besar pada dunia *fashion*, terutama melalui penggunaan pakaian tradisional dan elemen desain yang mencerminkan identitas budaya. Sebagian besar produk yang dijual oleh Jamila Humaila mengusung tema *Minang Series* yang kental dengan nuansa budaya lokal dan menjadi pilihan favorit di Kota Bukittinggi. Kota

Bukittinggi, yang dikenal dengan kekayaan budaya Minangkabau, memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri *fashion* berbasis kearifan lokal. *Brand* seperti Jamila Humaila yang mengusung koleksi bernuansa budaya lokal memiliki tantangan tambahan dalam proses desain dan produksi agar dapat menghadirkan elemen-elemen budaya tanpa mengorbankan aspek modernitas dan kenyamanan bagi konsumen. Kelebihan dari produk Jamila *Fashion* memiliki desain yang inovatif dan sering kali sejalan dengan tren terkini, menjadikannya pilihan yang menarik bagi konsumen muda. Selain itu, produk ini menggunakan bahan berkualitas tinggi seperti sutra dan katun untuk memberikan kenyamanan dan daya tahan produk.

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, 2021:4). 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.

Hal ini menunjukkan tingginya minat pasar terhadap produk dengan sentuhan budaya Minang yang dikemas secara modern dan sesuai dengan tren *fashion* muslim masa kini. Pada dasarnya pola hias tradisional Minangkabau bersumber kepada lingkungan dan alam sekitarnya, sesuai dengan dasar filsafah adat Minangkabau *Alam takambang jadi guru* (alam terkembang jadi guru) sehingga motif yang muncul selalu berlandaskan dari lingkungan dan alam sekitarnya (Herwandi 2003:1). Sikambang Manih adalah istilah yang sering digunakan dalam seni dan budaya Minangkabau, khususnya dalam seni ukir dan hiasan rumah adat. Secara simbolis, Sikambang Manih mencerminkan nilai-nilai sosial dan filosofi kehidupan masyarakat Minangkabau. Judul "*Sikambang Manih*" dapat diartikan sebagai bunga yang mekar dan terlihat sangat indah. Motif ini melambangkan keramahan, sopan santun, dan suka/ senang menerima tamu (Febri & Asra, 2024:146). Koleksi *Sikambang Manih Series* merupakan contoh nyata dari upaya untuk menggabungkan nilai-nilai budaya dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Dengan

mengusung tema Minang yang kental, produk ini berhasil mencuri perhatian konsumen terutama di Kota Bukittinggi karena mampu menghadirkan desain yang elegan namun tetap memperhatikan aspek tradisional yang kuat. Inovasi ini menunjukkan bagaimana *brand* lokal bisa memanfaatkan kearifan budaya untuk menciptakan produk *fashion* yang relevan dan memiliki daya tarik yang luas.



Gambar 1. Produk Sikambang Manih Series

Sumber : Instagram @Jamilahumaila

Namun, meskipun *Sikambang Manih Series* sukses di pasaran, proses produksi yang menggabungkan elemen budaya dengan modernitas memiliki tantangan tersendiri. Dalam hal ini, proses desain dan produksi harus mempertimbangkan keseimbangan antara mempertahankan nilai budaya lokal dan mengikuti tren mode global yang terus berubah. Berdasarkan situs *platform* Instagram Jamila Humaila dengan anggun mengintegrasikan motif-motif tradisional Indonesia, seperti batik dan tenun, ke dalam desainnya. Pendekatannya ini bukan hanya menonjolkan keindahan estetika, tetapi juga berperan dalam melestarikan warisan

budaya yang kaya. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana setiap elemen budaya diterjemahkan dalam desain dan diproduksi dengan tetap memperhatikan kenyamanan serta kebutuhan konsumen masa kini. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam tentang proses produksi koleksi ini, serta memberikan pandangan yang lebih jelas mengenai bagaimana elemen budaya dapat diintegrasikan secara efektif dalam industri *fashion* muslim. Selain itu, berdasarkan uraian diatas, belum ada studi yang membahas tentang bagaimana pengintegrasian elemen budaya lokal seperti yang ada pada "*Sikambang Manih Series*" dan dilakukan dalam proses produksi. Keterbatasan penelitian ini menyulitkan pengembangan praktik terbaik bagi *brand* yang berusaha memperkaya produk *fashion* muslim dengan nilai budaya lokal. Maka dari itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengisi keterbatasan tersebut dan memberikan wawasan yang berguna bagi pengembangan produk *fashion* muslim yang kaya akan nilai budaya lokal.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fadzila et al (2020:50) 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 (2023:33) 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.

Keunggulan *Sikambang Manih* dibandingkan seri lainnya terletak pada inovasi motif yang eksklusif dan kualitas bahan yang premium sehingga dapat mampu meningkatkan daya tarik di pasar lokal dan nasional. Salah satu indikator keberhasilan sebuah produk fashion adalah tingginya minat beli konsumen yang tercermin dari jumlah penjualan. Hal ini terlihat jelas pada peluncuran tiga koleksi terbaru dari brand Jamila Humaila, yakni *Sikambang Manih Series*, *Agam Series*, dan *Anora Series* yang dirilis pada bulan yang sama. Berdasarkan data penjualan, *Sikambang Manih Series* mencatatkan angka penjualan tertinggi yaitu sebanyak 12.143 pcs. Angka ini menunjukkan keunggulan yang signifikan dibandingkan dengan *Anora Series* yang terjual sebanyak 10.456 pcs dan *Agam Series* sebanyak 8.377 pcs. Fakta ini menunjukkan bahwa *Sikambang Manih Series* mampu menarik perhatian konsumen lebih besar dibandingkan dua series lainnya, sehingga menarik untuk dikaji lebih lanjut mengenai proses produksi, konsep desain, serta strategi marketing yang digunakan dalam pengembangan produk tersebut.

Marketing adalah proses sosial yang memungkinkan individu dan kelompok untuk menciptakan dan mengarahkan nilai melalui pertukaran produk dan layanan. Saat ini, ada dua jenis marketing: pemasaran *online* menggunakan internet dan media digital dan pemasaran *offline* menggunakan metode tradisional seperti pencetakan dan iklan *billboard*. Iklan online, promosi khusus, dan konten kreatif telah berkontribusi pada peningkatan konversi penjualan (Azmi et al, 2024:132). Selain itu, strategi marketing yang diterapkan oleh *Jamila Humaila* untuk *Sikambang Manih* melibatkan kolaborasi dengan *influencer* lokal dan pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat citra merek. Proses produksi *Sikambang Manih* memiliki keunikan tersendiri dalam pemilihan bahan, perancangan motif serta teknik pewarnaan yang mencerminkan kearifan lokal budaya Minangkabau. Untuk itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Studi Kasus Proses Pembuatan Sikambang Manih Pada Brand Fashion Jamila Humaila Di Kota Bukittinggi**".

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini difokuskan pada proses produksi *Sikambang Manih*, keunggulan *Sikambang Manih* dibanding series lainnya dan strategi marketing *Sikambang Manih* pada *brand fashion* Jamila Humaila di Kota Bukittinggi.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah penulis uraikan di atas, penulis merumuskan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana proses produksi *Sikambang Manih Series* pada *brand fashion* Jamila Humaila di Kota Bukittinggi?
2. Apa keunggulan *Sikambang Manih Series* dibandingkan series lainnya di *brand fashion* Jamila Humaila Bukittinggi?
3. Bagaimana strategi marketing *Sikambang Manih Series* pada *brand fashion* Jamila Humaila di Kota Bukittinggi?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, fokus penelitian, dan rumusan masalah yang telah penulis uraikan di atas, penulis merumuskan tujuan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Mendeskripsikan bagaimana proses produksi *Sikambang Manih Series* pada *brand fashion* Jamila Humaila di Kota Bukittinggi
2. Mendeskripsikan bagaimana keunggulan *Sikambang Manih Series* dibandingkan series lainnya di *brand fashion* Jamila Humaila Bukittinggi
3. Mendeskripsikan bagaimana strategi marketing *Sikambang Manih Series* pada *brand fashion* Jamila Humaila di Kota Bukittinggi

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membkeunggulerikan informasi tentang proses pembuatan *Sikambang Manih Series* pada *brand fashion* Jamila Humaila di Kota Bukittinggi, selain itu diharapkan penelitian ini menjadi wacana serta menambah pengetahuan tentang adanya *Sikambang Manih Series* pada *brand fashion* Jamila Humaila di Kota Bukittinggi .

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga

Penelitian ini dapat menjadi arsip dan referensi yang berharga bagi Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga untuk penelitian mendatang, khususnya dalam produksi *fashion* yang mengintegrasikan budaya lokal. Hasil penelitian ini juga dapat memperkaya materi pembelajaran dan riset di bidang *fashion*, terutama yang berkaitan dengan kearifan lokal dan nilai-nilai budaya Indonesia.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana (S1) di Departemen Ilmu Kesejahteraan Keluarga. Selain itu, penelitian ini memberikan pengalaman praktis dalam menganalisis proses produksi *fashion*

berbasis budaya lokal, serta memperluas wawasan peneliti dalam bidang tersebut.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi studi lebih lanjut yang lebih mendalam mengenai integrasi budaya lokal dalam produksi *fashion*, serta pengembangan untuk penelitian serupa di masa depan. Peneliti selanjutnya dapat memanfaatkan temuan dari penelitian ini untuk mengeksplorasi aspek lain dalam industri *fashion* yang berkaitan dengan keberlanjutan dan inovasi berbasis budaya.

d. Bagi Brand Jamila Humaila

Penelitian ini memberikan wawasan mengenai proses produksi koleksi *Sikambang Manih Series* yang dapat digunakan oleh Jamila Humaila untuk meningkatkan kualitas produk, inovasi, dan strategi pemasaran, serta memperkuat *brand identity* mereka di pasar *fashion* lokal. Dengan pemahaman ini, *brand* dapat lebih efektif mengembangkan koleksi baru yang relevan dengan kebutuhan konsumen, sambil tetap mempertahankan keunikan budaya lokal dalam industri *fashion*.

e. Bagi Komunitas Lokal

Fashion dapat berperan dalam mempertahankan budaya lokal dengan mengintegrasikan elemen tradisional ke dalam desain modern. Penelitian menunjukkan bahwa terlepas dari tantangan

dampak globalisasi, generasi zaman sekarang mempertahankan budaya mereka melalui pilihan model mereka. Dengan memahami nilai-nilai budaya yang terkandung dalam *fashion*, komunitas dapat lebih menghargai warisan mereka.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

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 unggul 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 feminine 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*. 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. Selain itu, Strategi marketing bagi ibu-ibu yang tidak menggunakan media sosial untuk Jamila Humaila dapat dilakukan dengan pendekatan pemasaran tradisional yang lebih personal dan komunitas.
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.

B. Saran

1. Untuk Brand Jamila Humaila

Diharapkan terus mempertahankan dan mengembangkan inovasi dalam desain motif yang mengangkat nilai-nilai budaya lokal seperti motif Sikambang Manih. Selain itu, penguatan pada strategi marketing berbasis digital.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi awal dalam mengkaji integrasi budaya lokal dalam industri fashion. Peneliti berikutnya disarankan untuk mengeksplorasi aspek keberlanjutan (sustainability) dalam produksi fashion berbasis budaya, atau mengkaji pengaruh persepsi konsumen terhadap motif budaya lokal pada fashion muslim kontemporer.

3. Untuk Institusi Pendidikan (Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan ajar atau kajian dalam mata kuliah yang berkaitan dengan produksi fashion dan budaya lokal. Diharapkan institusi lebih mendorong penelitian yang mengangkat kearifan lokal agar dapat memperkuat identitas budaya melalui karya-karya akademik dan praktik profesional.

4. Untuk Komunitas Fashion Lokal

Sebaiknya menjadikan Jamila Humaila sebagai inspirasi dalam menciptakan produk-produk fashion yang tidak hanya modis, tetapi

juga mengandung nilai budaya. Hal ini penting untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian budaya melalui medium yang lebih populer dan dapat diterima generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Adissa, A. P., & Hendrawan, A. (2017). Penggambaran Ekspresi Pantai Tanjung Tinggi Melalui Perancangan Motif. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 5(3)
- Adji, W. N. (2022). Pengendalian Kualitas Proses Produksi Konveksi Pada PT Kaosta Sukses Mulia. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 9(1), 67-80
- Amalia, N., Nurbaiti, & Jannah, N. (2023). Analisis Trend Fashion Muslim dalam Meningkatkan Halal Lifestyle di Kalangan Mahasiswa di Kota Medan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(3). <https://doi.org/10.30651/jms.v8i3.20726>
- Ammar, M. A. 2023. Globalisasi Dalam Dinamika Kontemporer: Studi Kasus Perubahan Sosial dan Transformasi Budaya . Diakses dari <https://jetch.id/index.php/jetch/article/view/2>
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. 2023. *Case Study Method in Qualitative Research*. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9.
- Atika.2023. sumber dari http://repository.uinsu.ac.id/21773/3/Bab_II_Atika_.pdf
- Aulia, V. (2021). Fesyen Muslim dan Diplomasi Budaya Indonesia. *SIYAR Journal*, 1(1), 3–20. <https://doi.org/10.15642/siyar.2021.1.1.3-20>
- Azmi et all. (2024). Stretegi Digital Maarketing untuk UMKM Fashion dan Aksesoris Wanita . *SUBSERVE: Community Service and Empowerment Journal*.
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). Kombinasi Motif Capung dan Ornamen *Sikambang Manih* Dengan Gaya *Pop Art* Pada Dekorasi Kamar Tidur Remaja Title. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Damayanti. 2020. Perkembangan Desain Busana Muslim dalam Tinjauan Sosiologi. *Corak Jurnal Senu Kriya*
- Dedi, A. (2018). Yang Tersingkap Dan Yang Tersungkup: Perang Padri Dan Implikasinya Terhadap Pakaian Keseharian Perempuan Minang. *Jurnal Studi Keislaman* .

- Enrico. (2023). Perancangan Produk Fashion Kontemporer Berdasarkan Budaya Peranakan dengan Menerapkan Motif Batik Pesisir. *Jurnal Rupa*.
- Ernawati, Izwerni, & Nelmira, W. (2008). Tata Busana Jilid 1. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- 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>.
- Febri Darul Islam, & Asra Ilal Khairi. (2024). Penerapan Motif Ukiran Minangkabau Sebagai Jam Hias. *Imajinasi : Jurnal Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 1(2), 140–148. <https://doi.org/10.62383/imajinasi.v1i2.162>
- Haghia, R. S. 2022. Pakaian dan Identitas Nasional: Peran Wanita Muslim dalam Mempengaruhi Cara Berpakaian Wanita Indonesia 1930-1942. *Jurnal Ekonomi, Sosial dan Humaniora*, <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/850>.
- Herwandi, M.H. (2003). “Menhir dan Akar Budaya Pola Hias Minangkabau”. *Jurnal Kabudayaan*, yang dikelola oleh Pascasarjana Universitas Udayana, Bali
- Hutasuhut, N. d. (2023). Persuasive Language In Advertising Fashion Product Of Fashion E-Commerce Course At Universitas Negeri Padang. *Ensiklopedia of Journal*.
- Ibrahim, R., Rahmatiah, Bumulo, S., & Apajulu, S. (2024). Fenomena Thrifting Fashion di Era Milenial (Studi pada Mahasiswa Pengguna Thrifting Fashion di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo. *Sosiologi Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 136–145. <https://doi.org/10.37905/sjppm.v1i3.75>
- Kuswarno, Engkus. 2013. Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi. Bandung: Widya Padjajaran

- Latifa, A. A. (2024). Analisis Media Monitoring terhadap Brand Fashion Muslim Lokal Lafiye melalui Tiktok dan X. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(3), 12. <https://doi.org/10.47134/jbk.d.v1i3.2713>
- Mardatillah, A. d. (2024). Analisis Manajemen Produksi Usaha Konveksi di Mutia Konveksi Tanjung Beringin Pasaman. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*.
- Maulidah, F., & Russanti, I. (2021). Array . *Jurnal Online Tata Busana*, 10(3), 62–68. <https://doi.org/10.26740/jurnal-online-tata-busana.v10i3.43200>
- 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/>.
- Nugroho, L. S. 2023. Thrifting Budaya Konsumsi Pakaian Bekas Pada Mahasiswa. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(2), 20. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i3.4624>
- Octavia, S. S., Asteka, P., & Rahmawati, I. S. 2021. Adaptasi Budaya pada Masyarakat Adat Jawa dalam Film Bumi Manusia. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan*, 3, 729–734.
- Pratamartatama, W. A., Fredline, R. A., & Djunaidi, M. L. P. 2024. Pengaruh Budaya Asing Terhadap Trend Fashion Mahasiswa Maranatha. *Journal.Institercom*, 2(2), 1178–1189. <https://journal.institercomedu.org/index.php/multiple/article/view/319/204>
- Prayoga, A., Bunari, & Yuliantoro. 2022. Nilai dan Makna Sejarah Baju Kurung Labuh Sebagai Baju Adat Khas Riau. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 2881–2887. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/3331>
- Qomariah, N. 2016. *Marketing Adactive Strategy*. Cahaya Ilmu (Issue July).
- Rahardjo, M. (2017). Studi kasus dalam penelitian kualitatif: konsep dan prosedurnya.
- Rizqi, C. (2021). *Proses Produksi Pakaian Dalam PT. Hoplun Indonesia*. Semarang: Universitas Semarang.

- Rohmawati, H. S. 2020. Busana Muslimah dan Dinamikanya di Indonesia. *Journal of Islam and Plurality*.
- Shalika, M. P., Sibarani, R., & Setia, E. (2020). Makna Ornamen Rumah Gadang Minangkabau: Kajian Semantik. *Humanika* 27(2), 70-81. <https://doi.org/10.14710/humanika.v27i2.32594>
- 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), 953–961. <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*.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2007 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhairi, Yuda, A., Lubis, A. H., & Manurung, E. H. 2023. Manajemen Pemasaran Perusahaan Di Indonesia Dalam Pasar Globalisasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 1(2), 319–331. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.61>
- Sukmadinata, N.S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Trismaya, N. 2021. Menafsir Ulang Pemakaian Sneakers Berkain-Kebaya. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 8(2), 187–197. <https://doi.org/10.36806/v8i2.89>
- Triyanto, T., & Asiatun, K. (2020). Indonesia Pusat "Tren Indonesia Fashion Dunia". *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 8(1). Retrieved from <https://jurnal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/33114>
- Putri, N., Suci, P.H., & Hadiastuti, H. (2024). Pakaian Penghulu: Warisan Budaya dan Identitas Lokal Di Kanagarian Durian Tinggi, Kapur IX, Lima Puluh Kota. Gorga: *Jurnal Seni Rupa*, 13(1), 100-107.

- Widyanita, A. ., Shabrina, S. R. ., & Sadewo, F. X. . 2022. Analisis Trend Fashion Hijab Dalam Kajian Budaya Populer Di Kalangan Generasi Milenial. *Majalah Ilmiah Tabuah*, 26 No.2(Trend Fashion Hijab dalam kajian budaya populer), 73–79.
- Widihastuti. 2017. *Merchandsing di Industri Garmen*. Yogyakarta: UNY Press.
- Yuliana et all. (2022). Narasi Revialisasi Pada Perspektif Pendiri Jember Fashion Carnaval . *Jurnal Pustaka Komunikasi* .
- Yunitasari, S. S. Y. S., & Anwar, M. (2022). Analisis Keunikan Produk dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing pada Busana Muslim di Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), 160-170. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i2.2885>
- Yusmerita, M. &. (2019). The Strength of Cooperative Learning Method Based on CTL on Fashion Design Production. *International Conference on Islamic Education (ICoIE 201*