

PERANCANGAN BUSANA UNTUK KOLEKSI *INDEPENDENCE DAY* 2025 PADA *BRAND HIJABCHIC*

Adiva Rumaisa Almira Haris¹, Sari Yuningsih² dan Rima Febriani³

^{1,2,3}Kriya Tekstil dan Fashion, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1 Terusan
Buah Batu, Kec. Dayeuhkolot, Bandung, Jawa Barat, Indonesia, 40257
adivarumaisa@student.telkomuniversity.ac.id, sariyuningsih@telkomuniversity.ac.id,
rimafebriani@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Industri *fashion modest* di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap nilai-nilai keislaman. Perkembangan ini membuka peluang bagi brand lokal untuk menciptakan desain busana yang tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga memiliki makna. Setiap desain perlu dirancang untuk mampu menyampaikan pesan, menggambarkan nilai-nilai, serta mencerminkan identitas *brand*, terutama dalam momen penting seperti perayaan Hari Kemerdekaan yang memiliki makna mendalam bagi masyarakat Indonesia. Hijabchic memanfaatkan momentum ini dengan mengembangkan koleksi *Independence Day 2025* yang mengangkat semangat nasionalisme dalam suatu koleksi busana. Untuk itu, studi ini akan merancang koleksi busana yang mengangkat tema *Independence Day* dengan gaya berkonsep desain *chic*. Metode perancangan koleksi ini dilakukan melalui beberapa tahapan utama, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Hasil perancangan desain ini berupa koleksi busana *modest* yang terdiri dari lima artikel atasan dan tiga artikel bawahan yang menggabungkan nilai budaya dan karakter serta identitas untuk koleksi *Independence Day Hijabchic 2025*.
Kata kunci: *Fashion modest*, identitas *brand*, koleksi *Independence Day*

Abstract: The modest fashion industry in Indonesia has experienced rapid growth in line with increasing public awareness of Islamic values. This development presents opportunities for local brands to create clothing designs that not only follow trends but also carry meaningful messages. Each design must be capable of conveying values, delivering narratives, and reflecting brand identity—especially during significant national moments such as Indonesia's Independence Day, which holds deep cultural significance. Hijabchic embraces this momentum by developing the *Independence Day 2025* collection, aiming to embody the spirit of nationalism through modest fashion. This study focuses on designing a *chic*-themed *Independence Day* collection, using a design process that includes pre-production, production, and

post-production stages. The final outcome is a modestwear collection consisting of five tops and three bottoms that integrate cultural values with brand character and identity for the Independence Day 2025 Hijabchic collection.

Keywords: Brand identity, modest fashion, Independence Day collection.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri *fashion modest* di Indonesia menunjukkan perkembangan yang menjanjikan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap nilai-nilai keislaman. Menurut laporan *Global Islamic Economy Indicator* (GIEI), Indonesia menempati peringkat ketiga dunia dalam sektor *fashion muslim*, setelah Uni Emirat Arab dan Turki (Shafaki, 2022). Fenomena ini menjadi peluang bagi *brand* lokal untuk menciptakan desain busana yang tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga memiliki makna.

Hijabchic merupakan salah satu *brand fashion modest* yang turut memanfaatkan fenomena ini dengan mengembangkan koleksi busana bertema *Independence Day* untuk menyambut Hari Ulang Tahun Republik Indonesia. Penggabungan tren berkain dan elemen kebaya dalam koleksi ini mencerminkan strategi desain yang menyatukan nilai budaya Indonesia dan semangat nasionalisme dengan pendekatan gaya desain yang *chic*.

Dalam proses pengembangan koleksi, riset mendalam menjadi fondasi utama untuk menghasilkan desain yang relevan dan bermakna. Proses pengembangan desain mencakup pengumpulan inspirasi, pengembangan desain melalui 2D, serta pengembangan teknis melalui prototipe 3D (Mckelvey dan Munslow, 2012: 35). Desain tidak hanya dipahami sebagai bentuk visual semata, tetapi merupakan proses kompleks yang melibatkan narasi, konteks sosial, dan nilai emosional (Augustin dan Coleman, 2012: XVI).

Beberapa studi terdahulu menyoroti pentingnya pelestarian budaya lokal melalui busana, seperti tren berkain yang timbul di kalangan komunitas

muda dan reinterpretasi kebaya sebagai simbol identitas perempuan Indonesia (Aninda & Sunarya, 2023: 3; Rositadewi, 2020: 206). Namun, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan memadukan elemen kebaya encim ke dalam koleksi busana *modest* bergaya desain *chic* yang disesuaikan dengan karakter dan identitas *brand* Hijabchic.

Dari penjelasan di atas, maka fokus dalam tulisan ini yaitu untuk merancang koleksi busana *Independence Day* Hijabchic 2025 yang menggabungkan unsur tren berkain dan unsur kebaya encim dalam pendekatan desain *modest* bergaya *chic*. Melalui pendekatan ini, diharapkan tercipta karya busana yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mencerminkan nilai budaya dan sesuai dengan karakter konsumen Hijabchic.

METODE PENELITIAN

Penelitian *project design* ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi kasus pada *brand* Hijabchic. Fokus penelitian adalah proses perancangan koleksi busana *Independence Day* 2025 yang mengintegrasikan nilai budaya dan identitas *brand* dalam bentuk desain *modest fashion*. Penelitian ini dilaksanakan selama program *project design* sebagai junior desainer di CV. Moderfarbe Hijabchic, mencakup tahapan pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode. Pertama, studi kepustakaan, yaitu dengan menelaah sumber-sumber dari blog WGSN, buku, jurnal, dan artikel mengenai tren berkain dan kebaya encim. Kedua, studi lapangan dilakukan melalui eksplorasi visual, diskusi bersama tim desainer dan CEO, serta observasi daring terhadap *brand* kompetitor. Observasi ini dilakukan untuk menggali wawasan terkait gaya desain, pemilihan material, serta teknik dekoratif.

Penguatan data dilakukan melalui analisis tren WGSN 25/26, kajian terhadap data demografi konsumen digital berdasarkan statistik kunjungan situs resmi Hijabchic, serta penyebaran survei daring melalui media sosial untuk memahami preferensi konsumen terkait jenis produk, pilihan warna, material, dan gaya desain. Survei tersebut dirancang untuk menggambarkan kecenderungan konsumen berdasarkan usia, latar belakang profesi, dan daya beli, sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan konsep desain yang relevan dengan segmentasi konsumen Hijabchic.

Selain itu, dilakukan juga analisis pasar melalui pengkajian data penjualan terhadap kategori produk-produk yang paling diminati, guna memahami pola konsumsi konsumen dan mendukung strategi perancangan koleksi yang sesuai dengan karakter dan identitas *brand*. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa perancangan koleksi dilakukan secara terarah dan berbasis data.

HASIL DAN DISKUSI

Temuan penelitian dirumuskan berdasarkan proses perancangan koleksi *Independence Day* Hijabchic 2025, yang melibatkan identitas *brand* Hijabchic, data tren WGSN 25/26, kajian tren berkain dan kebaya encim, data demografi dan preferensi konsumen Hijabchic, data market Hijabchic, dan data *brand* kompetitor.

Studi Kepustakaan

1. Identitas *Brand* Hijabchic

Dalam merancang sebuah koleksi, setiap *brand* memiliki identitas visual yang menjadi landasan agar desain yang dihasilkan tetap konsisten dengan karakter *brand* yang telah dibangun. Hijabchic dikenal dengan pemilihan warna-warna lembut seperti pastel dan nuansa netral, material

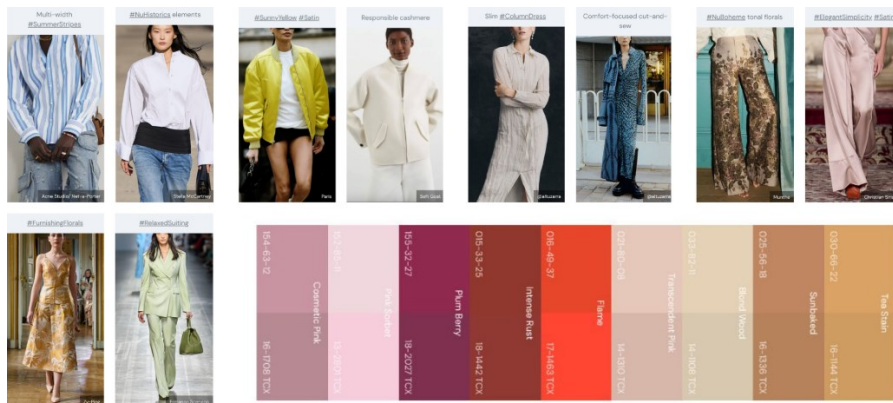
yang digunakan berbahan ringan seperti katun, *polyester*, organza, brokat, dan *tulle*. Pada desainnya menerapkan elemen dekoratif seperti *lace*, *pleats*, bordir, sablon, dan *floral pattern*. Siluet busana yang digunakan yaitu *loose* dan *flowy* dengan gaya desain *chic* dan elegan untuk menghadirkan kesan feminin, anggun, dan modern.



Gambar 1 Produk Hijabchic
Sumber: www.hijabchic.co.id, 2025

2. Tren WGSN 25/26

Hasil riset WGSN 25/26 menunjukkan bahwa arah tren *fashion* dua tahun mendatang mengedepankan gaya desain yang elegan namun sederhana, dengan fokus pada siluet longgar (Park, 2024). Pilihan bentuk busana yang menjadi item utama mencakup *midi dress* (Khumalo, 2024), celana model *wide leg* (Skliarova, 2024), serta atasan seperti *outer* bersiluet bomber jaket (Perry, 2024). Dari segi warna, tren didominasi oleh warna yang bersifat *timeless* seperti warna netral bernuansa bumi (Cupido & Spaulding, 2024). Material yang banyak digunakan adalah kain *woven* ringan seperti *polyester* dan katun poplin, sementara untuk detail, aksesoris *lace* kembali populer sebagai elemen dekoratif yang memperkuat kesan feminin.



Gambar 2 Tren WGSN 25/26
Sumber: www.wgsn.com, 2025

3. Tren Berkain dan Berkebaya

Tren berkain dan berkebaya saat ini semakin berkembang dan merupakan salah satu cara untuk mengekspresikan rasa cinta terhadap budaya Indonesia (Aninda & Sunarya, 2023: 3). Kebaya tidak lagi dipakai secara kaku seperti dulu, melainkan telah diolah menjadi busana yang lebih praktis, nyaman, dan disesuaikan untuk kegiatan sehari-hari. Dalam *project design* ini, fokus diarahkan pada adaptasi kebaya encim, yaitu jenis kebaya yang khas dengan potongan kerah berbentuk V serta dihiasi bordiran dari bagian kerah hingga bawah (Rositadewi, 2020: 206).



Gambar 3 Tren berkain
Sumber: www.thephrase.id, 2025



Gambar 4 (kiri-kanan) : 1. Kebaya Encim; 2. Kebaya Bali; 3. Kebaya Kartini;
 4. Kebaya kutubaru
 Sumber : www.pojoksatu.id, 2025

Studi Lapangan

1. Observasi *Brand* Kompetitor Secara Daring

Observasi ini dilakukan pada *brand* Cotton Ink, Rurik, dan Studio Tui yang difokuskan pada analisis elemen dekoratif, khususnya detail bordir yang diterapkan dalam desain kemeja. Tujuannya adalah untuk mengetahui jenis, teknik, dan penempatan bordir yang paling diminati konsumen melalui identifikasi performa penjualan di platform Shopee.

Tabel 1 Riset *brand* kompetitor

No	Brand		
1	COTTON INK		
			
	Lukita Shirt Sales Qty : 176 pcs	Renad Shirt Sales Qty : 167 pcs	Rashida Shirt Sales Qty : 196 pcs
	Gaya desain : klasik, modern, minimalis, <i>chic</i>		

	Material : katun, <i>viscose</i> , <i>polyester</i> , aplikasi bordir dan <i>lace</i> Warna : pastel Peluang : menghadirkan busana bergaya minimalis seperti kemeja <i>clean cuts</i> melalui material katun dan <i>viscose</i> dalam palet warna pastel yang berkesan ceria.		
2	RURIK		
			
	Alista Tunik Sales Qty : 181 pcs	Yusta Shirt Sales Qty : 176 pcs	Filsa Shirt Sales Qty : 260 pcs
	Gaya desain : versatile, feminin, <i>mature</i> , <i>chic</i> Material : katun, aplikasi bordir Warna : netral Peluang : pengembangan desain <i>modest</i> versatile dengan sentuhan bordir dan siluet kemeja <i>loose</i> berbahan katun yang nyaman untuk penggunaan sehari-hari.		
3	STUDIO TUI		
			
	Theresia Shirt Sales Qty : 1.900 pcs	Izy Shirt Sales Qty : 41 pcs	Lanvin Shirt Sales Qty : 99 pcs
	Gaya desain : modern, versatile, feminin, <i>chic</i> Material : katun, aplikasi bordir Warna : netral Peluang : pengembangan melalui desain kemeja dengan aplikasi bordir floral yang kontras, memadukan tampilan feminin, versatile, dan <i>chic</i> .		

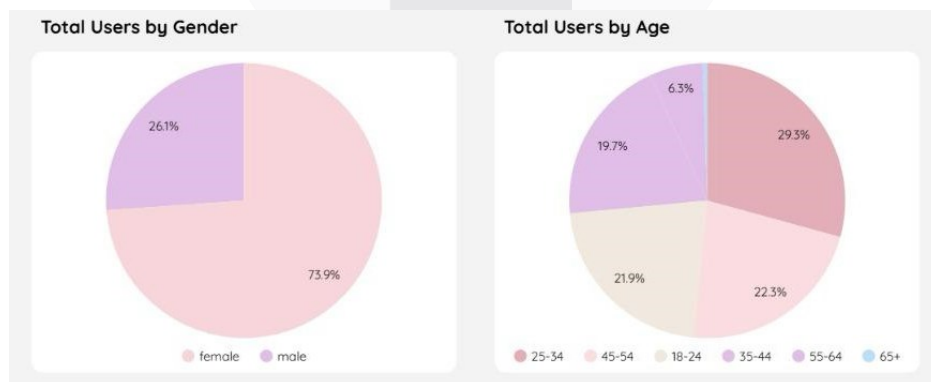
Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

Hasil riset terhadap *brand* kompetitor Cotton Ink, Rurik, dan Studio Tui menunjukkan bahwa kemeja dengan detail bordir dan *lace* memiliki daya

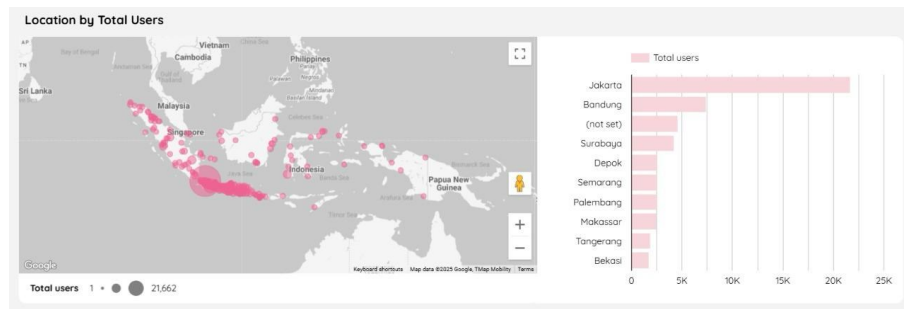
tarik tinggi di pasar. Cotton Ink dengan artikel “Rashida” yang menggunakan material katun dan aksesoris *lace* berhasil terjual hingga 196 pcs di Shopee. Rurik melalui artikel “Filsa” menawarkan kemeja siluet *loose* dengan teknik bordir *outline* dan warna pastel, mencatat penjualan sebanyak 260 pcs. Sementara itu, Studio Tui dengan artikel “Theresia” mencapai penjualan tertinggi hingga 1.900 pcs, menampilkan desain kemeja minimalis dengan sentuhan bordir *outline floral* berwarna kontras. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks busana *ready-to-wear* yang menuntut efisiensi waktu, penggunaan teknik bordir yang sederhana seperti *outline* menjadi solusi dekoratif yang efektif untuk dapat dikerjakan secara massal (Pratiwi & Yuningsih, 2022: 137).

2. Demografi dan Preferensi Konsumen Hijabchic

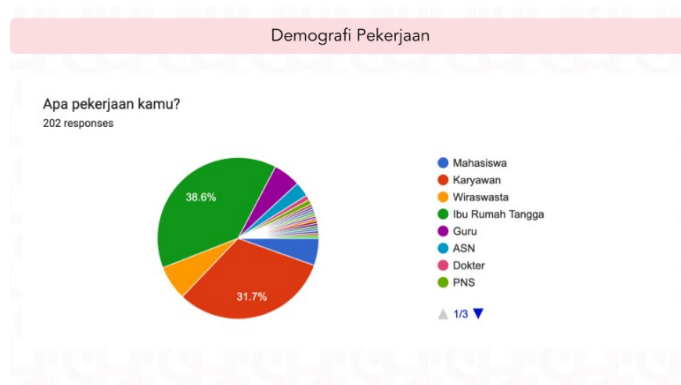
Untuk menghasilkan koleksi yang tepat sasaran, diperlukan pemahaman mendalam terhadap demografi dan preferensi konsumen Hijabchic. Tujuan dari langkah ini adalah untuk merancang strategi desain yang relevan dengan kebutuhan konsumen, sekaligus memastikan bahwa konsep koleksi *Independence Day* Hijabchic 2025 dapat menjawab selera dan gaya hidup konsumen Hijabchic.



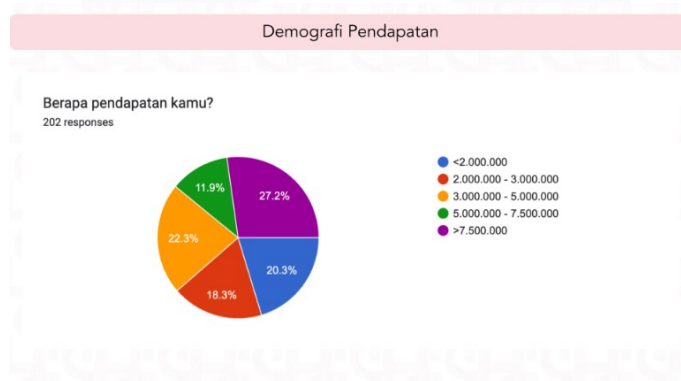
Gambar 5 Diagram gender dan usia konsumen Hijabchic
Sumber: Dokumentasi Hijabchic, 2025



Gambar 6 Diagram lokasi konsumen Hijabchic
Sumber: Dokumentasi Hijabchic, 2025



Gambar 7 Demografi pekerjaan konsumen Hijabchic
Sumber: Dokumentasi Hijabchic, 2025



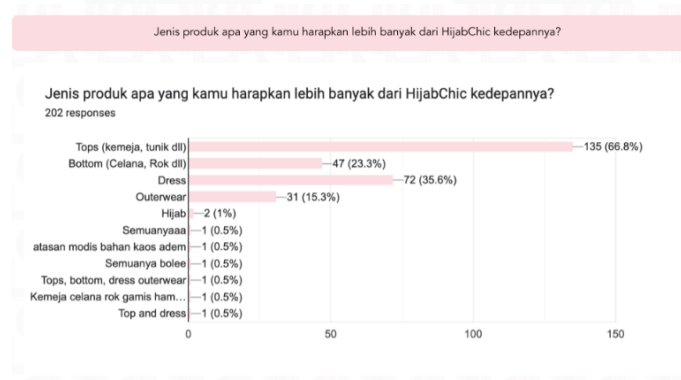
Gambar 8 Demografi pendapatan konsumen Hijabchic
Sumber: Dokumentasi Hijabchic, 2025



Gambar 9 Alasan konsumen memilih Hijabchic
 Sumber: Dokumentasi Hijabchic, 2025



Gambar 10 Preferensi material konsumen Hijabchic
 Sumber: Dokumentasi Hijabchic, 2025



Gambar 11 Preferensi jenis produk konsumen Hijabchic
 Sumber: Dokumentasi Hijabchic, 2025

Hasil analisis data demografi dan survei preferensi menunjukkan bahwa mayoritas konsumen digital Hijabchic berasal dari kelompok usia produktif yaitu 25-34 tahun, dengan dominasi perempuan dan

penyebaran geografi di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Karakteristik ini diperkuat oleh hasil survei terhadap 202 responden yang menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merupakan ibu rumah tangga dan karyawan dengan daya beli menengah ke atas. Dalam hal preferensi produk, kemeja dan tunik menjadi pilihan utama, sementara material katun paling disukai karena kenyamanannya.

3. Penjualan Produk *Best Seller* Hijabchic

Untuk memahami kecenderungan pasar dan menyusun strategi desain yang tepat sasaran, dilakukan analisis terhadap data penjualan produk *best seller* Hijabchic. Tujuan analisis ini adalah untuk mengidentifikasi preferensi konsumen berdasarkan produk atasan yang paling diminati. Fokus kajian diarahkan pada kategori *top* dan *outerwear*, sebagai dua kategori utama yang menunjukkan performa penjualan tinggi.

Tabel 2 Analisis market Hijabchic

No	Gambar	Keterangan
1		Yilan Top Kategori : <i>Top</i> Teknik : Bordir dan <i>pleats</i> Detail : Kemeja dengan bordir Material : <i>Polyester</i> Warna : <i>Lilac</i> dan <i>beige</i> Sales Qty : 550 pcs Sell Thru : 100%
2		Jane Outer Kategori : <i>Outer</i> Teknik : Bordir Detail : Vest dengan bordir Material : <i>Organza</i> Warna : <i>Pale mauve</i> Sales Qty : 179 pcs Sell Thru : 60%

3		Ishanika Top Kategori : <i>Top</i> Teknik : <i>Printing</i> Detail : Kemeja dengan <i>lace</i> Material : Katun Warna : Krem <i>Sales Qty</i> : 895 pcs <i>Sell Thru</i> : 90%
4		Tiana Top Kategori : <i>Top</i> Teknik : <i>Printing</i> Detail : Kemeja dengan <i>lace</i> Material : <i>Polyester</i> Warna : <i>Pink</i> <i>Sales Qty</i> : 930 pcs <i>Sell Thru</i> : 100%
5		Decca Top Kategori : <i>Top</i> Teknik : <i>Printing</i> Detail : Kemeja dengan <i>lace</i> dan lengan kerut Material : <i>Polyester</i> Warna : <i>Pink</i> <i>Sales Qty</i> : 2.040 pcs <i>Sell Thru</i> : 100%

Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

Hasil analisis data penjualan menunjukkan bahwa kemeja dan *outerwear* yang menjadi kategori produk dengan performa tertinggi di Hijabchic terutama yang menggunakan elemen dekoratif seperti teknik bordir, motif *printing*, serta aksen *lace*. Produk-produk terlaris umumnya menggunakan material katun dan *printed polyester* yang ringan dengan dominasi warna pastel. Secara kuantitatif, kemeja “Yilan” yang memiliki detail bordir terjual sebanyak 550 pcs dengan tingkat *sell through* 100%, *outer* “Jane” warna *pale mauve* dengan bordir mencatat penjualan 179 pcs dengan *sell through* 60%. Kemeja “Ishanika” beraksen *lace* terjual 895 pcs dengan *sell through* 90%, sementara artikel “Tiana” dan “Decca” yang juga mengusung *lace*, masing-masing dengan *sell through* 100% dan

terjual sebanyak 930 pcs untuk “Tiana” serta 2.040 pcs untuk “Decca”. Data ini menunjukkan bahwa aksesoris bordir dan *lace* berkontribusi terhadap keberhasilan penjualan produk.

Moodboard

Moodboard ini berangkat dari tema besar yaitu *Independence Day* Hijabchic 2025, dengan fokus pada desain yang *chic* dan elegan. Konsep ini mengadaptasi tren berkain dan elemen kebaya encim, terutama pada detail bordir dan bukaan depan. Siluet yang dihasilkan adalah siluet longgar dengan potongan yang bersih dalam bentuk busana *modest shirt dress*, *outerwear*, dan kemeja. Busana koleksi ini dikemas dalam gaya desain *chic* yang sejalan dengan identitas *brand* Hijabchic.



Gambar 12 *Moodboard Independence Day Hijabchic*
Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

Desain Terpilih



Gambar 13 Desain terpilih koleksi *Independence Day* Hijabchic 2025
 Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

Hasil Produk

Sebagai bentuk analisis terhadap implementasi konsep perancangan, berikut disajikan tabel identifikasi visual terhadap produk busana hasil *project design* koleksi *Independence Day* Hijabchic 2025 berdasarkan penerapan tren berkain dan unsur kebaya encim. Analisis ini juga memperlihatkan keterkaitan masing-masing produk dengan identitas *brand* Hijabchic.

Tabel 3 Analisis hasil produk

No	Nama Artikel	Unsur Tren Berkain	Unsur Kebaya Encim	Kaitan dengan Identitas Hijabchic
1	Nirmala top 	-	Bordir floral khas kebaya encim	Kemeja siluet <i>loose</i> berbahan ringan (katun), bordir floral, gaya desain <i>chic</i> .
2	Ranum top	-	Detail bordir <i>scallop</i>	Warna pastel, motif floral, siluet <i>loose</i> ,

				material ringan (<i>polyester</i>), dan kesan feminin yang <i>chic</i> .
3	Puspa skirt 	Rok panjang potongan lurus dengan desain menyerupai rok lilit	-	Warna pastel, motif floral, material ringan (<i>polyester</i>) dan kesan feminin yang <i>chic</i> .
4	Cempaka top 	-	Motif floral khas motif bordir kebaya encim.	Kemeja siluet <i>loose</i> berbahan ringan (<i>polyester</i>), motif floral, gaya desain <i>chic</i> .
5	Jelita tunik 	Atasan menyerupai bentuk kebaya.	Siluet kebaya, kerah V, Motif floral khas motif bordir kebaya encim	Desain elegan dengan material ringan (<i>polyester</i>), motif floral

6	Magani pants 	-	-	Warna netral, penambahan detail <i>lace</i> , gaya desain <i>chic</i>
7	Sekar pants 	-	-	Warna netral, gaya desain <i>chic</i>

Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

Berdasarkan identifikasi terhadap tujuh artikel koleksi *Independence Day* Hijabchic 2025, sebanyak 5 dari 7 artikel (71%) mengandung unsur tren kebaya dan/atau unsur kebaya encim, baik melalui siluet busana, detail bordir, motif floral yang identik dengan motif kebaya encim, maupun pendekatan desain yang menyerupai bentuk kebaya atau rok lilit. Temuan ini menunjukkan bahwa koleksi berhasil memenuhi penggabungan budaya melalui reinterpretasi tren berkain dan unsur kebaya encim pada lebih dari 50% total artikel yang diproduksi.

Selain mengedepankan elemen budaya, koleksi ini juga merupakan hasil eksplorasi terhadap teknik material, pemilihan warna, hingga proporsi desain yang disesuaikan dengan identitas dan segmentasi konsumen Hijabchic.

Dengan kombinasi pendekatan budaya dan konsistensi terhadap identitas visual *brand*, koleksi ini mampu menjembatani nilai-nilai budaya dan

kebutuhan *fashion modest* masa kini, khususnya konsumen Hijabchic yang mengutamakan gaya desain *chic*, elegan, dan feminin.

Hasil Karya Akhir



Gambar 14 Produk Ranum *top* dan Puspa *skirt*
Sumber: Dokumentasi Hijabchic, 2025



Gambar 15 Produk Nirmala *top*
Sumber: Dokumentasi Hijabchic, 2025



Gambar 16 Produk Jelita *tunic*
Sumber: Dokumentasi Hijabchic, 2025

KESIMPULAN

Perancangan busana koleksi *Independence Day* Hijabchic 2025 berhasil menggabungkan unsur tren berkain dan elemen kebaya encim dalam pendekatan gaya berkonsep desain *chic*. Studi ini menunjukkan bahwa pendekatan yang mengintegrasikan nilai-nilai budaya nasional dengan gaya desain yang *chic* telah menghasilkan koleksi yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mencerminkan nilai budaya dan sesuai dengan karakter konsumen Hijabchic. Melalui tiga tahap utama yaitu, pra produksi, produksi, dan pasca produksi, *project* ini menghasilkan lima artikel atasan dan tiga artikel bawahan yang merepresentasikan pengolahan ulang kebaya encim dalam gaya yang lebih *chic* dan *wearable*, dengan tetap mempertahankan elemen khas seperti bukaan depan, motif floral nusantara, dan sentuhan bordir. Koleksi ini berhasil memenuhi penggabungan tren berkain dan unsur kebaya encim pada lebih dari 50% total artikel serta menjembatani nilai-nilai budaya dengan kebutuhan *fashion modest* masa kini.

Namun, *project* ini juga menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan waktu produksi dan ketidaksesuaian antara *sample* dan hasil akhir, yang mengharuskan perusahaan untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap sistem pengawasan kualitas dan memperbaiki alur perencanaan waktu. Saran untuk pengembangan lebih lanjut mencakup perluasan jaringan vendor, penerapan sistem produksi *hybrid*, dan pemanfaatan teknologi digital untuk melacak ketersediaan material secara *real-time*. Selain itu, perusahaan perlu menyusun strategi yang lebih fleksibel untuk menghadapi ancaman fluktuasi ketersediaan material dan penurunan permintaan pasca momen musiman, seperti bekerja sama dengan supplier utama secara jangka pendek dan merancang desain yang tetap relevan setelah momen musiman berakhir. Dengan langkah-langkah ini, Hijabchic dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing di pasar *fashion modest*.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar. 2025. Tren Mode Berkain dan Berkebaya : Upaya Adaptasi Budaya di Era Digitalisasi. diakses pada 8 Februari 2025 <https://kumparan.com/adlu-akbar/tren-mode-berkain-dan-berkebaya-upaya-adaptasi-budaya-di-era-digitalisasi-24QqeM6Euql/full>
- Aninda, N., & Sunarya, Y. Y. (2023). Siklus Tren Fashion di Media Sosial (Studi Kasus Tren Berkain di Instagram Remaja Nusantara). *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 6(1), 1-20.
- Augustin, S., & Coleman, C. (2012). *The designer's guide to doing research: Applying knowledge to inform design*. John Wiley & Sons.
- Cupido & Spaulding. (2024). WGSN Buyers' Briefing: Women's Key Colours S/S 25.
- Hijabchic. (2024). *Company Profile Hijabchic 2024*
- Hijabchic. 2025. Hijabchic Chicbook. diakses pada 28 April 2025 <https://hijabchic.co.id/blogs/diary>
- Khumalo. (2023). WGSN Core Item Update: Women's Woven Tops S/S 25.
- Khumalo. (2024). WGSN Core Item Update: Women's Dresses A/W 25/26.
- McKelvey, K., & Munslow, J. (2012). *Fashion Design Process, Innovation, and Practice 2nd Edition*. London: John Wiley & Sons Ltd.
- Park. (2024). WSGN Catwalks: Women's Key Items – Evening & Special Occasion S/S 25.
- Perry. (2024). WGSN Core Item Update: Women's Jackets & Outerwear A/W 25/26.
- Pratiwi, D. O., & Yuningsih, S. (2022). Perancangan Busana Ready To Wear Menggunakan Teknik Bordir Dengan Inspirasi Motif Benang Bintik. *Moda: The Fashion Journal*, 4(2).
- Rositadewi, F. D. (2020). Kebaya: Belenggu Konservatif Perempuan Muslim. *Jurnal Hawa: Studi Pengarus Utamaan Gender Dan Anak*, 2(2).
- Shafaki. (2022). *State of the Global Islamic Economy 2022 Report*. Dubai: Salam Gateway.
- Skliarova. (2024). WGSN Core Item Update: Women's Trousers & Shorts A/W 25/26.