

**PANDUAN
PENDIRIAN USAHA**

**FASHION
MUSLIM**



TIM PENYUSUN

Nugraha Arif Karyanta Sugihardjo

NARASUMBER

Ari Juliano Gema

Sabartua Tampubolon

Robinson Sinaga

Bambang Priwanto

Linda Suryani

Eddy Tri Haryanto

Susantiningrum

Joko Sutrisno

Tutik Susilowati

Ina Priyono

Hannie Hananto

Amin Hendra Wijaya

Naidah Naing

Alphiana Candrajani

Zulganef

Nuniek Mawardi

Deden Siswanto

Irna Mutiara

Restu Anggraini "ETU"

Rahmad Ramadan

Elidawati "Elzata"

Tuty Adib "Bilqis"

Afif Syakur

Ahmad Sofiyulloh

Dandy T. Hidayat

Lisa Fitria "Ditali"

Pingky Hendarto

DITERBITKAN OLEH:



Gedung Kementerian BUMN Lt. 15

Jln. Medan Merdeka Selatan No. 13

Jakarta Pusat - 10110

email: sekretariat.deputi5@bekraf.go.id

www.bekraf.go.id

Sekilas Tentang Usaha Fashion Muslim	4
Peluang Usaha di Bidang Fashion Muslim	5
Lokasi yang Tepat Untuk Usaha Fashion Muslim	7
Permodalan	8
Manajemen Produksi	9
Manajemen Sumber Daya Manusia	13
Manajemen Keuangan	14
Manajemen Pemasaran	16
Legalitas Usaha	19
Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	24
Lampiran Informasi Fashion	32
Glosarium & Referensi	38

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga kami bisa menyelesaikan *Buku Prosedur Pendirian Usaha Fashion Muslim*. Penyusunan buku ini yang merupakan kerjasama antara Badan Ekonomi Kreatif dengan Universitas Sebelas Maret, diharapkan dapat menjadi panduan bagi pelaku usaha pemula di bidang ekonomi kreatif khususnya subsektor Fashion Muslim.

Ekonomi kreatif diharapkan mampu menjadi salah satu pilar penyangga ekonomi bangsa, untuk itu pengembangan bidang usaha ekonomi kreatif perlu terus dilakukan. Salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah pengembangan pelaku usaha pemula di bidang ekonomi kreatif. Sektor Fashion khususnya subsektor Fashion Muslim merupakan salah satu subsektor yang prospektif untuk terus dikembangkan. Dalam kerangka tersebut maka penyusunan buku ini menjadi sesuatu yang penting.

Penyusunan *Buku Prosedur Pendirian Usaha Fashion Muslim* ini berdasarkan hasil studi dokumen, *focus group discussion* yang melibatkan akademisi, pelaku Usaha Fashion Muslim, dan instansi pemerintah yang terkait dalam pengembangan usaha Fashion Muslim di Kota Solo, Yogyakarta, Semarang, Jakarta, Surabaya, Makasar, Bandung, Medan, dan Padang.

Dengan selesainya penyusunan buku ini, penyusun mengucapkan terimakasih kepada seluruh narasumber dan pembahas pada saat *focus group discussion* serta semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyusunan buku ini.

Surakarta, Desember 2016

Tim Penyusun

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusunan Buku Panduan Pendirian Usaha Bidang Ekonomi Kreatif dapat diselesaikan dengan baik. Buku Panduan Pendirian 9 (sembilan) Bidang Usaha Ekonomi Kreatif merupakan kerja sama antara Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Universitas Sebelas Maret (UNS).

Buku Panduan ini dipersiapkan dalam 2 (dua) versi yaitu: Versi Cetak dan Elektronik (*E-Book*). Penyiapan *E-Book* dimaksudkan untuk memudahkan pembaca mengakses buku panduan ini.

Pada prinsipnya sasaran buku panduan ini adalah para calon atau pelaku usaha pemula yang tertarik untuk mendirikan dan mengembangkan usaha ekonomi kreatif. Oleh karena itu, penulisan buku dibuat sesederhana mungkin dengan harapan mudah dipahami dan diterapkan oleh para pembaca.

Penulisan buku panduan ini belum bisa dikatakan sempurna apalagi sebagai referensi untuk pelaku usaha ekonomi kreatif yang sudah berkecimpung lama dibidangnya. Untuk itu, kepada masyarakat sangat diharapkan memeberikan saran dan masukkan dalam penyemburnaan buku panduan ini di masa mendatang.

Akhir kata atas nama Badan Ekonomi Kreatif saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyusunan buku panduan ini. Semoga upaya dan kerja keras yang dilakukan ini dapat mendorong pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia.

Jakarta, Juli 2017

Kepala Badan Ekonomi Kreatif

Triawan Munaf



Sumber: pixabay.com

Fashion muslim secara global maupun secara khusus di Indonesia merupakan bidang bisnis yang berkembang pesat, dengan tren yang terus meningkat. Bagi kebanyakan muslim, Islam merupakan "way of life" yang mempengaruhi gaya hidup termasuk cara berpakaian.

Busana muslim merupakan pakaian yang dikenakan baik oleh laki-laki maupun perempuan muslim sesuai dengan kaidah atau syarat-syarat berbusana menurut ajaran Islam, terutama dalam situasi publik atau dihadapan lawan jenis yang bukan mahramnya.

Penggunaan busana muslim merupakan salah satu bentuk ketaatan umat Islam terhadap perintah Allah SWT dan aturan agama.

Ayat Quran dan Hadits tentang Kewajiban Busana Muslim

كُلُّ ذِي يَوْقَتٍ لَّسَابِلٍ وَلِشَيْرِ مَهْكَتِ أَوْسَى يَرْلُوي لَسَابِلٍ مَهْكَتِ لَعَانُ لَزْنَ أَدَقَ مَدَّ آي نَبِ لِي
نَوْرِكُذِي مَهْلَعِل هَل لَاتِ آي أَنِم لَكُلْذِ مَرْيَخ

"Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Hal itu adalah sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat." (al-A'raf: 26).

Rambu-rambu Umum Fashion Muslim



Menutup Aurat

Laki-laki: dari pusar hingga lutut
Wanita: seluruh bagian tubuh, kecuali muka dan telapak tangan

Tidak Transparan/tembus pandang

Tidak memperlihatkan kulit bagian tubuh yang tertutupi oleh pakaian

Tidak Memperlihatkan Lekuk Tubuh

Menggunakan Bahan Halal

Buku ini dibuat bagi mereka yang memiliki ketertarikan di bidang usaha fashiom muslim. Buku ini akan memberikan gambaran dan panduan bagi para pengusaha, khususnya pengusaha pemula, agar usahanya dapat berjalan dengan baik dan memberikan keuntungan seperti yang diharapkan.

U saha di bidang fashion muslim sangat potensial untuk memberikan keuntungan. Potensi ini diperoleh dari karakteristik masyarakat muslim di Indonesia yang cenderung moderat, sehingga memberikan keuntungan untuk menciptakan kreativitas yang lebih luas.

Selain itu, pemerintah Indonesia juga menempatkan fashion muslim sebagai bagian ekonomi kreatif yang mendapatkan perhatian khusus. Diharapkan, pada tahun 2020 Indonesia menjadi pusat dan *trendsetter* industri busana muslim.

Potensi keuntungan itu juga ditunjang dari makin meningkatnya permintaan busana muslim dari berbagai negara.

Target Ekspor Busana Muslim Indonesia



Peluang Dalam Bisnis Fashion Muslim



Penjual
Pemilik toko, distro, butik, online shop, reseller

Produsen
Pemilik pabrik busana, penjahit, desainer

Produk Fashion Muslim Wanita



Kerudung

Tunik kemeja dengan panjang sampai selutut

Gamis terusan

Rok bawahan dari pinggang yg panjangnya sampai mata kaki

Asesoris: bros, *head pin*, anting hijab, kalung

Legging untuk dalaman

Ciput

Manset

Produk Fashion Muslim Pria

Peci

Sorban

Gamis

Tunik
(Kemeja yang panjangnya melebihi paha, di atas lutut)

Sriwal
(Celana yang panjangnya di atas mata kaki)

Baju Koko

Sarung



Produk Fashion Muslim Lainnya

Fashion sport muslim

Fashion muslim anak

Lokasi yang disarankan untuk membangun usaha fashion muslim



- Di lokasi yang mayoritas penduduknya beragama Islam
- Tingkat Kepadatan Penduduk: Semakin tinggi kepadatan penduduknya, semakin besar potensi pasar fashion muslim.
- Tingkat Pendapatan Masyarakat: Semakin besar tingkat pendapatan masyarakat di suatu lokasi, maka semakin potensial pasar untuk fashion muslim.
- Lokasi yang ramai, sesuai dengan segmen pasar yang dibidik.
- Banyak usaha yang mendukung di lokasi, seperti di pasar atau mal.
- Lokasi mudah diakses
- Aman
- Lokasi yang bersih, rapi, dan tidak kumuh



Alternatif Permodalan Untuk Usaha Fashion Muslim

- Modal sendiri
Memulai usaha dengan modal atau aset milik sendiri, seperti tabungan.
- Pinjaman
Konsekuensinya adalah harus membayar pinjaman, termasuk bunga dan biaya administrasi. Pinjaman dapat berasal dari:
 - Perorangan, seperti dari anggota keluarga, kerabat, atau teman
 - Lembaga Keuangan, seperti bank, pegadaian, koperasi simpan pinjam, perusahaan pembiayaan, lembaga keuangan syariah
- Patungan, misalnya dengan teman.
Diperlukan perjanjian yang jelas agar tidak terjadi permasalahan di kemudian hari.
- Investor
Diperlukan hak dan kewajiban yang jelas dari masing-masing pihak, yang dicantumkan dalam sebuah surat perjanjian.

Contoh Perhitungan Modal untuk Usaha Fashion Muslim

Jenis Pengeluaran	Jumlah Modal
1. Sewa tempat	Rp5.000.000,00
2. Belanja barang yang akan dijual	Rp6.000.000,00
3. Membeli rak gantungan etalase	Rp6.000.000,00
Jumlah (1)	Rp17.000.000,00
Modal Operasional (per bulan)	
1. Gaji karyawan 2 orang @ Rp 1.300.000,00	Rp2.600.000,00
2. Biaya promosi	Rp1.500.000,00
3. Listrik, telpon dan administrasi	Rp500.000,00
Jumlah (2)	Rp4.600.000,00
Total Modal Awal yang Diperlukan	Jumlah (1) + Jumlah (2) Rp17.000.000 + Rp4.600.000 <u>Rp21.600.000</u>

Diproyeksikan total penjual per bulan Rp7.000.000,00, maka perkiraan laba bersih sebesar Rp7.000.000,00 – Rp4.600.000,00 = Rp2.400.000,00

Para pebisnis di bidang fashion muslim biasanya mendapatkan ide dari berbagai hal. Yang paling banyak adalah karena hobi dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan orang-orang dekat dalam hal busana muslim.

Hobi biasanya dilakukan oleh mereka yang memang sehari-harinya mengenakan busana muslim. Jadi, mereka ingin membuat fashion yang menarik, yang bisa mereka kenakan sendiri. Kemudian, hal ini berkembang menjadi bisnis, setelah hobi ini kemudian dilirik juga oleh kerabat dan orang-orang terdekat yang melihat karya mereka.

Berbisnis fashion muslim yang berawal dari hobi pada umumnya lebih berpotensi untuk sukses. Pertama, karena mereka biasanya memiliki wawasan yang baik mengenai dunia yang digelutinya itu. Kedua, karena bisnis yang ditekuni itu adalah melakukan hal yang disukai, sehingga mereka merasa lebih mudah dan bersemangat untuk menjalankannya.

Hobi juga akhirnya bisa membuat mereka mengerti akan kesulitan orang lain dalam mendapatkan busana muslim yang cocok untuk berbagai situasi, karena mereka juga mengalaminya. Akhirnya mereka menggali permasalahan yang dihadapi menyangkut busana muslim, mencari alternative paling baik untuk memecahkannya, serta menganalisis aspek ekonomi yang dimiliki.

Tapi, apapun yang mendasari keinginan untuk berbisnis di bidang fashion muslim, setiap pengusaha terlebih dulu harus melakukan riset pasar. Riset pasar ini adalah aktivitas mengumpulkan dan menganalisis informasi yang berguna tentang pasar bisnis saat ini. Dari riset tersebut akan diperoleh beragam data tentang bisnis yang ingin digeluti, mulai dari potensi pasar, rencana produk yang akan dikeluarkan, sampai bagaimana mempromosikan produk-produk tersebut agar dapat diterima oleh pasar.

Setelah melakukan riset pasar, barulah dapat ditentukan, seperti apa model bisnis yang ingin dijalankan. Apakah akan memproduksi fashion muslim itu sendiri atau menjadi *reseller* dari produk-produk yang sudah ada.

Produksi Fashion Muslim

Dalam industri fashion, termasuk fashion muslim, ada 2 hal yang bisa dilakukan dalam proses produksinya, yaitu:

1. Memproduksi sendiri produk fashion tersebut

Artinya, pengusaha terjun langsung dalam proses pembuatan fashion yang akan dipasarkan. Mulai dari membuat desain sampai proses *finishing-*

nya. Semuanya dilakukan langsung oleh si pengusaha, dibantu dengan pekerja atau karyawannya. Pengusaha yang melakukan system ini harus menyiapkan modal yang cukup besar untuk investasi, mulai dari peralatan, tempat, sampai SDM.

2. Menggunakan sistem *makloon*

Makloon adalah menyerahkan pengerjaan produksi kepada pihak lain. Jadi, biasanya dari pihak pengusaha hanya membuat desain atau pola dan pemilihan bahan untuk membuat produk-produk fashion yang akan dipasarkan. Selanjutnya, mulai dari pemotongan, penjahitan, sampai finishing dikerjakan oleh pihak lain.

Biasanya, pengusaha yang menggunakan sistem *makloon* ini akan lebih fokus untuk memperkenalkan dan memasarkan *brand* atau produk yang dimilikinya itu, tanpa perlu terlalu pusing dengan detail proses produksi.

Produk dalam Dunia Fashion

Private atau Made by Order

- *Tailormade & Modiste*: mulai model sampai ukuran dibuat berdasarkan pesanan individu
- *High fashion/adibusana*: model rumit, bahan berkualitas tinggi, waktu pengerjaan yang lama
- *Uniform*: sebuah model pakaian yang dibuat banyak, untuk seragam perusahaan atau kelompok tertentu

Ready to Wear

Produk siap pakai tanpa pengukuran dan desain khusus. Biasanya diproduksi massal dengan ukuran standar, seperti S, M, L, dll. Ada pula produk *ready to wear deluxe* yang dibuat hanya dalam jumlah terbatas (*limited edition*).

Bahan Pembuat Fashion Muslim

Dalam memproduksi fashion, pengusaha harus benar-benar memperhatikan kualitas bahan yang akan digunakannya. Untuk bahan pembuatan fashion muslim, syarat utamanya adalah halal, seperti tidak

menggunakan bahan-bahan yang terbuat dari babi. Selain itu, ada pula beberapa kalangan muslim, khususnya laki-laki, yang menolak untuk menggunakan pakaian berbahan sutra.

Yang pasti, bahan-bahan yang digunakan untuk membuat fashion muslim itu haruslah nyaman dan aman. Untuk pemilihan bahan-bahan ini, pengusaha harus melihat segmen pasar yang dibidiknya. Hal itu penting karena segmen menentukan harga produk yang ditawarkan, sementara bahan-bahan yang dipilih akan menentukan harga produk yang dihasilkan.

Jika membidik segmen kalangan menengah ke atas, tentu bisa memilih bahan yang berkualitas sangat baik, karena target pasar adalah orang-orang yang mampu membeli dengan harga mahal. Sedangkan jika membidik segmen menengah ke bawah, tentu harus memilih bahan yang harganya lebih murah, sehingga produk fashion itu nanti bisa juga dijual dengan harga murah.

Proses Produksi Fashion Muslim

Proses produksi dalam industri fashion terbagi dalam 3 tahap, yaitu:

1. Praproduksi, yang terdiri dari tahap desain dan pemilihan bahan baku

Untuk desain, pengusaha bisa mendesain sendiri produk fashion yang ingin dibuatnya, atau bisa juga merekrut desainer khusus. Hal ini tentu saja kembali pada pertimbangan pasar yang dibidik.

Sedangkan untuk pemilihan bahan baku, harus dipilih bahan-bahan baku, seperti kain, yang sesuai dengan desain yang sudah dibuat. Karena bahan baku mencakup sekitar 70% dari biaya produksi, maka seorang pengusaha harus pintar-pintar mencari bahan baku yang berkualitas baik, namun dengan harga yang lebih murah.

2. Produksi

Untuk tahap ini dilakukan beberapa hal, yaitu:

- » Pembuatan pola

Pola sangat penting dalam pembuatan busana, karena mempengaruhi baik tidaknya busana yang dihasilkan. Busana yang dibuat dengan pola yang baik, apalagi ditambah dengan penggunaan bahan yang berkualitas baik, akan lebih nyaman untuk dikenakan.

- » Potong

Secara sederhana, proses memotong kain ini sebetulnya hanya tinggal menuruti pola yang sudah dibuat. Namun, jika kegiatan memotong ini tidak dilakukan dengan baik, maka hal itu akan mempengaruhi proses produksi. Kesalahan memotong akan membuat busana tidak dapat dibuat sesuai dengan desain atau perencanaan. Kesalahan dalam memotong kain tentu akan merugikan karena penggunaan kain menghabiskan sekitar 70% dari ongkos produksi.

- » Jahit

Kain-kain yang sudah dipotong berdasarkan pola akan dijahit menjadi sebuah busana yang bisa dikenakan.

- » *Finishing*

Ini adalah bagian terakhir dari produksi fashion. Dalam *finishing* misalnya dilakukan pemasangan kancing, payet, membersihkan benang, pemberian label, menyetrika, sampai dilakukannya *quality control* untuk memeriksa apakah pakaian yang sudah selesai itu sudah layak dijual atau belum.

3. Paskaproduksi/*Post-Production*

Yang dilakukan dalam tahap ini seperti melipat pakaian, mengemas, atau memajangkannya di toko/butik, sesuai dengan kebutuhan.



Masalah Tenaga Kerja

Untuk mendapatkan tenaga kerja terampil di bidang fashion, pengusaha bisa memperolehnya dari:

1. Sekolah Menengah Kejuruan jurusan Busana
2. Balai Latihan Kerja

Walaupun di SMK dan BLK, calon tenaga kerja sudah dibekali dengan ilmu dan pengetahuan di bidang fashion, namun sebagian besar dari mereka belum cukup terampil. Hal ini bisa saja karena kurangnya fasilitas, juga karena pengetahuan yang mereka dapatkan biasanya masih bersifat umum. Untuk itu, perlu dilakukan pembinaan dan pelatihan agar para tenaga kerja tersebut dapat lebih menguasai soal produk fashion muslim.

Selain memberikan pembinaan dan pelatihan, pengusaha juga harus memberikan penghasilan yang layak untuk semua tenaga kerjanya. Untuk masalah ini, pengusaha bisa mencari informasi mengenai peraturan ketenagakerjaan yang berlaku, misalnya soal upah minimum dan pemberian fasilitas, seperti BPJS Kesehatan.

Para pengusaha juga sebaiknya membuat kontrak kerja dengan para tenaga kerjanya. Kontrak kerja ini adalah kesepakatan antara pengusaha dengan karyawan. Dalam surat kontrak kerja tersebut sebaiknya dicantumkan dengan jelas mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak. Kontrak kerja juga harus ditandatangani kedua belah pihak, agar semuanya saling terikat dengan isi kontrak tersebut.

Manajemen keuangan adalah hal krusial yang harus dilakukan oleh semua pengusaha, agar usahanya dapat berjalan dengan baik. Tidak jarang, sebuah usaha yang sebetulnya berpotensi untuk maju dan berkembang harus berhenti di tengah jalan, gara-gara manajemen keuangan yang tidak baik.

Secara sederhana, manajemen keuangan berfungsi untuk:

1. Perencanaan keuangan: membuat rencana pemasukan dan pengeluaran uang/ modal untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya dalam periode tertentu.
2. Membuat anggaran: membuat detail pengeluaran dan pemasukan.
3. Pengelolaan keuangan: penggunaan dana perusahaan secara maksimal dengan berbagai cara.
4. Permodalan: mencari sumber dana yang akan digunakan untuk operasional kegiatan perusahaan.
5. Menyimpan uang: menyimpan dan mengamankan dana perusahaan.
6. Pengendalian keuangan: melakukan evaluasi dan perbaikan atas penggunaan uang perusahaan.
7. Pemeriksaan keuangan: melakukan audit internal mengenai keuangan perusahaan untuk mengetahui apakah ada penyimpangan atau tidak.

Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan

1. Konsistensi: keuangan perusahaan harus digunakan sesuai dengan perencanaan yang sudah dilakukan sebelumnya.
2. Akuntabilitas: penggunaan uang perusahaan harus jelas dan apa yang telah dicapai dari penggunaan uang tersebut sebagai bentuk pertanggungjawaban.
3. Transparansi: setiap kegiatan manajemen harus terbuka untuk memberikan informasi tentang rencana dan semua aktivitas yang berhubungan dengan uang, seperti laporan keuangan yang wajar, lengkap, tepat dan akurat.
4. Kelangsungan Hidup (*Viability*): prinsip yang menekankan pada kesehatan keuangan perusahaan.
5. Integritas: setiap individu wajib mempunyai tingkat integritas yang mumpuni dalam menjalankan kegiatan operasional dan menjaga agar catatan keuangan selalu lengkap dan akurat.
6. *Stewardship*: prinsip dimana perusahaan harus dapat mengelola dana dengan baik dan menjamin bahwa dana yang diperoleh akan direalisasikan sesuai tujuan yang telah ditetapkan.

7. Standar Akuntansi: sistem keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip dan standar keuangan yang berlaku. Laporan keuangan yang dihasilkan harus dapat dipahami dan dimengerti oleh semua pihak yang berkepentingan.

Manajemen keuangan juga perlu dilakukan untuk bisa menentukan harga jual produk yang dihasilkan. Harga produk dapat ditentukan dari HPP (harga pokok produksi). HPP ini bisa berbeda-beda untuk setiap produk yang dihasilkan, tergantung kualitas bahan yang digunakan dan tingkat kerumitan desain.

Masalah Pajak

Kegiatan usaha tidak lepas dari permasalahan pajak. Oleh karena itu, manajemen keuangan juga harus memperhatikan masalah pajak ini, karena pajak juga berperan untuk menentukan harga produk yang dihasilkan.

Semua pengusaha sebaiknya mendaftarkan usahanya ke kantor pajak, untuk mendapatkan NPWP. Setelah mendapatkan NPWP, pengusaha akan mendapat fasilitas dari kantor pajak, yaitu pengawas/penanggung jawab. Pengawas/penanggung jawab itu berperan sebagai konsultan pajak yang disediakan oleh negara.

Ada tiga kelompok tarif pajak yang berlaku untuk kegiatan usaha, baik perorangan maupun badan usaha. Tarif tersebut didasarkan atas penghasilan bruto (peredaran bruto), yaitu:

- Usaha dengan penghasilan bruto dalam setahun kurang dari 4,8 miliar rupiah. Pajaknya adalah 1% dari penghasilan bruto.
- Usaha dengan penghasilan bruto setahun antara 4,8 – 50 miliar rupiah. Pajaknya adalah $(0,25 - (0,6 \text{ miliar} / \text{Gross Income}))$ dikali Penghasilan Kena Pajak (PKP).
- Usaha dengan penghasilan bruto dalam setahun lebih besar daripada 50 miliar rupiah. Pajaknya adalah 25% dari Penghasilan Kena Pajak.



Bingung?

Makanya, daftarkan dulu usaha Anda ke kantor pajak untuk mendapatkan NPWP.

Jika sudah memiliki NPWP, Anda dapat berkonsultasi dengan penanggung jawab/pengawas yang sudah disediakan oleh kantor pajak.

Untuk memasarkan produk fashion muslim miliknya, seorang pengusaha harus memerhatikan segmen yang dibidiknya. Klasifikasi segmen untuk produk fashion, termasuk fashion muslim dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Kalangan Atas: orang-orang yang memilih produk eksklusif, biasanya *one piece limited edition, handmade*, kualitas bahan bagus, desain eksklusif, nyaman. Kalangan ini tidak terlalu memusingkan soal harga selama produk yang dibelinya sesuai dengan keinginan mereka.
2. Kalangan Menengah: mempertimbangkan kualitas desain dan bahan, juga harga dari produk tersebut.
3. Kalangan Bawah: tidak memperhatikan desain dan kualitas bahan, tapi sangat mempertimbangkan harga produk.

Beberapa hal yang harus diketahui tentang konsumen antara lain:

1. Menentukan sasaran pesaing, misalnya laba, segmen pasar, kualitas, pelayanan dan citra yang kemungkinan akan dibangun oleh pihak pesaing.
2. Mengidentifikasi strategi pesaing. Hal yang paling harus diperhatikan adalah pesaing yang memiliki strategi yang serupa, seperti produk yang mirip, kualitas dan layanan yang hampir sama, atau yang harga produknya sama.
3. Menilai kekuatan dan kelemahan pesaing. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah yang dilakukan pesaing untuk mencapai tujuan mereka. Biasanya, kekuatan dan kelemahan pesaing dapat diketahui dengan mudah dari data sekunder, pengalaman pribadi, atau isu. Sebaiknya lakukan riset pemasaran pada pelanggan, pemasok, maupun agen.



Pasar Busana Muslim Dibagi Menjadi:

Religious Conservative

- ❑ Tidak menyetujui interaksi gender
- ❑ Berharap orang lain mengikuti praktek religious
- ❑ Cenderung berusia tua
- ❑ Tertarik dengan program & produk keagamaan

New Age Moslem

- ❑ Religius, tapi tidak berharap orang lain mengikuti praktek religious yang mereka lakukan
- ❑ Biasanya adalah perempuan kelas menengah atas di kota besar
- ❑ Terbuka terhadap media new age & tertarik terhadap tren dan fashion terbaru

Societal Conformist

Meyakini bahwa norma sosial harus diikuti, bahkan jika harus membajak pilihan pribadi

Pragmatic Striver

- ❑ Nontradisional dan ambisius
- ❑ Berpikiran terbuka
- ❑ Mau berkompromi mengenai nilai-nilai agama untuk dapat 'lebih maju' dalam kehidupan

Liberal

- ❑ Berpikiran luas, terbuka, independen, asertif
- ❑ Berusia muda
- ❑ Tertarik pada hal-hal baru, seperti berita, teknologi
- ❑ Suka petualangan

Konsumen yang tergolong religious conservatives lebih meminati busana muslim dengan standar normatif, termasuk memakai cadar, menggunakan busana berbahan tebal, polos dan minim hiasan.

Sedangkan konsumen golongan lain akan lebih memilih busana yang bervariasi.



Strategi Promosi & Pemasaran Produk Fashion Muslim



**Memanfaatkan
Media Sosial**



**Membuat Situs
atau Blog Menarik**



**Menjual Lewat
Toko Online**



**Mengikuti Pameran
atau Festival**



**Bergabung dengan
Organisasi Fashion**



**Ikut Peragaan
Busana**



Membuka toko/konter/outlet

Agar dapat menjalankan usaha secara profesional, perlu legalitas usaha untuk membedakan dengan usaha perorangan atau keluarga.

Perbandingan Bentuk-bentuk Usaha

Aspek Bentuk Usaha	Kepemilikan	Kebutuhan Modal	Luasan Target Pasar	Penanggung jawab resiko
Per-seorangan	Individu	Lebih terbatas	Lebih terbatas	Harta perseorangan dan keluarga
FIRMA	Individu / Bersama	Lebih besar di banding Per-seorangan	Lebih luas di-banding Per-seorangan	Harta perseorangan dan keluarga
CV	Bersama	Lebih besar di banding Per-seorangan	Lebih luas di-banding Per-seorangan	<ul style="list-style-type: none"> » Sekutu Aktif: Harta perseorangan dan keluarga » Sekutu Pasif: Sebatas harta yang disetor
PT	Bersama / pemegang saham	Lebih besar di banding Perseorangan, CV dan Firma	Lebih luas di banding Per-seorangan, CV dan Firma	Sebatas harta yang disetor / saham

Dokumen Untuk Legalitas Usaha

Urutan Prioritas Pengurusan Perizinan Usaha

Skala Usaha Jenis Perizinan	Skala usaha Mikro Kecil*)	Skala Usaha Menengah	Skala Usaha Besar
SKDU	Diurus di awal	Diurus di awal	Diurus di awal
NPWP	Diurus di awal	Diurus di awal	Diurus di awal
Izin IUMK	Diurus di awal	—	—
TDP		Diurus di awal	Diurus di awal
Ho		Diurus sambil beroperasi	Diurus sambil beroperasi
SIUP		Diurus sambil beroperasi	Diurus sambil beroperasi

Keterangan : *) sesuai UU No. 20 tahun 2008

1. IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil)

IUMK ditetapkan berdasarkan Peraturan Presiden No. 98 tahun 2014, yang diterbitkan guna mempermudah usaha mikro kecil dalam memperoleh kepastian dan perlindungan dalam berusaha di lokasi yang telah ditetapkan, memperoleh pendampingan untuk pengembangan usaha, kemudahan akses pembiayaan kelembagaan keuangan bank dan nonbank, dan kemudahan dalam pemberdayaan dari pemerintah pusat, pemerintah daerah dan atau lembaga lainnya. Kategori usaha mikro dan kecil mengacu Undang-undang No. 20 tahun 2008, yaitu bahwa suatu usaha dikatakan berskala mikro jika mempunyai kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) paling banyak Rp 50 juta atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300 juta; sedang usaha berskala kecil jika mempunyai kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) lebih dari Rp 50 juta sampai dengan Rp 500 juta, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta sampai dengan Rp 2,5 milyar. Pengurusan perizinan IUMK ini cukup di Kecamatan masing-masing usaha, dengan harapan para pelaku usaha mikro kecil mudah dalam mendapatkan karena IUMK prinsipnya merupakan simplifikasi atau penyederhanaan izin bagi usaha mikro kecil dalam bentuk naskah 1 lembar yang ditetapkan oleh Camat,

bahkan Lurah. Persyaratan untuk pengurusan IUMK: (1) Fotokopi KTP, pas foto 2x4 sebanyak dua lembar, fotokopi Kartu Keluarga, dan surat pengantar Keterangan RT, RW, Kelurahan, dan terakhir yakni Kecamatan. Pengurusan IUMK ini tidak dipungut biaya karena pembiayaannya sudah dibebankan kepada APBN dan atau APBD.

2. SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)

SIUP merupakan bagian dari proses mendirikan perusahaan agar perusahaan dapat beroperasi. Pengurusan SIUP biasanya dilakukan di kantor pelayanan terpadu. Pada umumnya persyaratan yang diperlukan untuk mengurus SIUP adalah :

- a. Mengisi Formulir pengajuan SIUP dengan materai
- b. Fotokopi KTP penanggung jawab perusahaan (Direktur Utama/Direktur)
- c. Pas Photo Direktur Utama/Direktur (berwarna dan berukuran 3x4 sebanyak 2 lembar)
- d. Fotokopi NPWP Direktur Utama/Direktur
- e. Surat Keterangan Domisili Usaha
- f. Fotokopi izin tertentu untuk usaha-usaha tertentu
- g. Fotokopi akte pendirian dan pengesahannya (SK dari Departemen Hukum dan HAM)
- h. Surat Kuasa bila pengurusan dikuasakan (dengan materai Rp. 6000,00) dan KTP yang diberi kuasa

3. Akte Pendirian Usaha

Akte pendirian usaha merupakan bukti bahwa lembaga yang dibentuk sudah secara formal berdiri dan dapat dimanfaatkan untuk melakukan usaha bisnis dan dapat berfungsi untuk mengikuti tender atau lelang. Akte pendirian usaha dapat diurus melalui notaris. Adapun prosedur dan persyaratannya adalah sebagai berikut.

- a. Nama lengkap, pekerjaan dan tempat tinggal para pendiri yang dibuktikan dengan KTP
- b. Penetapan nama perusahaan
- c. Nama sekutu yang berkuasa untuk menandatangani perjanjian atas nama perusahaan

d. Pendaftaran akta pendirian ke PN harus diberi tanggal

4. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)

Untuk mendirikan perusahaan, NPWP perusahaan adalah mutlak. Untuk mendapatkan NPWP, diperlukan salinan akte perusahaan dan surat keterangan domisili. Keterangan domisili adalah informasi dari pihak kelurahan tentang keberadaan perusahaan berdomisili. Biasanya pembuatan NPWP hanya butuh kira-kira 2 jam. Bila berkas dimasukkan pada pagi hari di kantor pajak, maka siang hari biasanya sudah jadi.

5. HO (*Hinderordonnantie*)

HO atau Surat Izin Gangguan adalah merupakan surat keterangan yang menyatakan tidak adanya keberatan dan gangguan atas lokasi usaha yang dijalankan oleh suatu kegiatan usaha di suatu tempat. Izin ini dikeluarkan oleh pemerintah daerah kabupaten/ kota. HO dikeluarkan khusus bagi usaha yang mempunyai potensi menimbulkan bahaya kerugian dan gangguan, ketentraman dan ketertiban umum.

- a. fotokopi surat tanah atau bukti lainnya;
- b. fotokopi KTP;
- c. fotokopi NPWP;
- d. fotokopi Akte Pendirian;
- e. fotokopi tanda pelunasan PBB;
- f. persyaratan tidak berkeberatan dari tetangga atau masyarakat yang berdekatan;
- g. daftar bahan baku penunjang; dan
- h. fotokopi IMB/*siteplan*.

6. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

TDP merupakan bagian dari proses mendirikan perusahaan. TDP adalah surat bukti bahwa perusahaan telah melakukan kewajibannya untuk terdaftar dalam daftar perusahaan. Perusahaan yang wajib didaftar dalam daftar perusahaan adalah badan usaha yang berbadan hukum, Koperasi, CV, Firma dan PT maupun perorangan. Persyaratan yang diperlukan diantaranya adalah:

- a. Mengisi Formulir pengajuan TDP dengan materai
 - b. Fotokopi KTP penanggung jawab perusahaan (Direktur Utama/Direktur)
 - c. Pas Photo Direktur Utama/Direktur (berwarna dan berukuran 3×4 sebanyak 2 lembar)
 - d. Fotokopi PWP Direktur Utama/Direktur
 - e. Surat Keterangan Domisili Usaha
 - f. Fotokopi izin tertentu untuk usaha-usaha tertentu
 - g. Fotokopi akte pendirian dan pengesahannya (SK dari Departemen Hukum dan HAM)
 - h. Surat Kuasa bila pengurusan dikuasakan (dengan materai Rp. 6.000,00) dan KTP yang diberi kuasa.
7. Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU)

Surat Keterangan domisili merupakan surat yang pertama kali harus diurus calon pengusaha apapun skala usahanya karena biasanya dijadikan lampiran persyaratan untuk pengurusan izin yang lainnya. SKDU dikeluarkan oleh kantor Kelurahan / Kecamatan dimana usaha didirikan. Pengurusan SKDU bisa cepat sekitar 1 hari saja.

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan hak yang berasal dari kekayaan intelektual, dapat dideskripsikan sebagai hak kekayaan yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia.

Karya-karya intelektual tersebut di bidang ilmu pengetahuan, seni, sastra ataupun teknologi, dilahirkan dengan pengorbanan tenaga, waktu dan bahkan biaya. Adanya pengorbanan tersebut menjadikan karya yang dihasilkan menjadi memiliki nilai. Apabila ditambah dengan manfaat ekonomi yang dapat dinikmati maka nilai ekonomi yang melekat menumbuhkan konsepsi kekayaan (*property*) terhadap karya-karya intelektual. Bagi dunia usaha, karya-karya itu dikatakan sebagai aset perusahaan. Dengan demikian, hak ini lahir karena kemampuan intelektual manusia.

HKI Dalam Usaha Fashion Muslim

1. Merek

Undang-undang Republik Indonesia Tahun 2016 menyebutkan merek sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Selanjutnya disebutkan pula bahwa hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar.

Situs Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM menyebutkan fungsi merek yaitu untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang dengan produksi orang lain. Merek juga merupakan alat promosi sehingga mempromosikan produksinya cukup dengan menyebutkan mereknya. Merek juga merupakan jaminan mutu atas barang yang dihasilkan, dan merupakan penunjuk asal barang/jasa tersebut.

Sebelum memutuskan untuk mendaftarkan atau menggunakan merek, beberapa hal dari pasal 20 UU No. 20 Tahun 2016 menyebutkan beberapa merek tidak didaftar, jika:

- a. bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- b. sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;

- c. memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- d. memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- e. tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- f. merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Berikut ini merupakan cara mengajukan permohonan pendaftaran merek dari sumber situs Dirjen HKI Kementerian Hukum dan HAM tersebut:

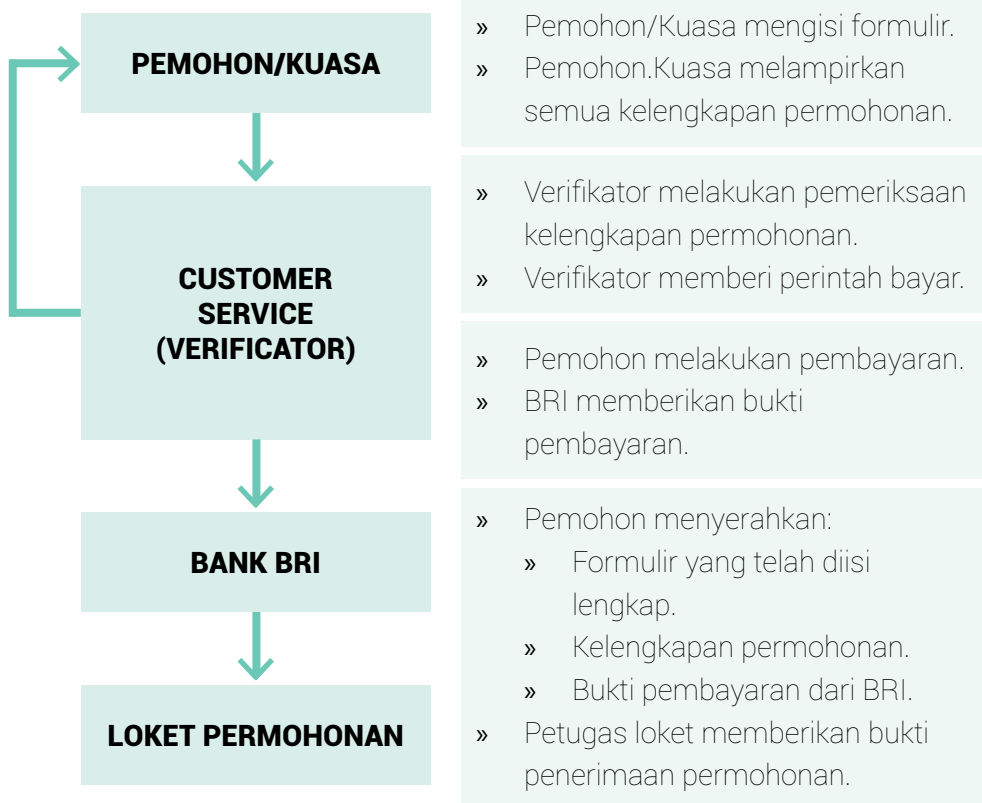
- a. Mengajukan permohonan pendaftaran dalam rangkap 4 yang diketik dalam Bahasa Indonesia dengan menggunakan formulir permohonan yang telah disediakan yang memuat:
 - » Tanggal, bulan, dan tahun permohonan;
 - » Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon.
 - » Nama lengkap dan alamat kuasa, apabila pemohon diajukan melalui kuasa
 - » warna-warna apabila Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur-unsur warna;
 - » Nama negara dan tanggal permintaan pendaftaran Merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas.
- b. Surat permohonan pendaftaran Merek dilampiri dengan:
 - » fotokopi KTP. Bagi pemohon yang berasal dari luar negeri sesuai dengan ketentuan undang-undang harus memilih tempat kedudukan di Indonesia, biasanya dipilih pada alamat kuasa hukumnya;
 - » fotokopi akte pendirian badan hukum yang telah disahkan oleh notaris apabila permohonan diajukan atas nama badan hukum;
 - » fotokopi peraturan pemilikan bersama apabila permohonan diajukan atas nama lebih dari satu orang (Merek kolektif);
 - » surat kuasa khusus apabila permohonan pendaftaran dikuasakan;
 - » tanda pembayaran biaya permohonan;
 - » 20 helai etiket Merek (ukuran maksimal 9x9 cm, minimal 2x2 cm);
 - » surat pernyataan bahwa Merek yang dimintakan pendaftaran adalah miliknya.

ALUR PENGAJUAN PERMOHONAN PENDAFTARAN MEREK

(Berlaku mulai 1 Agustus 2012)

Alur pengajuan permohonan pendaftaran merek merupakan tahapan yang harus dilalui oleh pemohon hingga memperoleh bukti/tanda bukti mengajukan permohonan pendaftaran merek.

Alur pengajuan permohonan pendaftaran merek tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Bukti/tanda telah mengajukan permohonan, bukan merupakan sertifikat pendaftaran merek.

Setelah tahapan ini, akan diproses lebih lanjut sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam peraturan perundang-undangan masing-masing rezim HKI hingga dengan dikeluarkannya keputusan akhir.

Biaya permohonan pendaftaran merek menurut PP No. 45 Tahun 2016 dalam situs yang sama disebutkan sebagai berikut:

Biaya Permohonan Pendaftaran Merek

PNBP Merek	Satuan	Tarif (Rp.)
Usaha Mikro dan Usaha Kecil Secara elektronik (<i>online</i>) Secara non-elektronik (manual)	Per Kelas	500.000 600.000
Umum Secara elektronik (<i>online</i>) Secara non-elektronik (manual)	Per Kelas	1.800.000 2.000.000

*) Tarif lebih lengkap dapat diakses dari www.dgip.go.id

2. Desain Industri

Situs Direktorat Jenderal Kekayaan intelektual Kementerian Hukum dan HAM menyebutkan desain industri sebagai suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri atau kerajinan tangan.

Berikut ini merupakan cara mengajukan permohonan pendaftaran merek dari sumber situs Dirjen HKI Kementerian Hukum dan HAM tersebut:

- a. Mengajukan permohonan pendaftaran dalam rangkap 4 yang diketik dalam Bahasa Indonesia dengan menggunakan formulir permohonan yang telah disediakan yang memuat:
 - » Tanggal, bulan, dan tahun permohonan;
 - » Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon.
 - » Nama lengkap dan alamat kuasa, apabila pemohon diajukan melalui kuasa
 - » Warna-warna apabila Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur-unsur warna;
 - » Nama negara dan tanggal permintaan pendaftaran Merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas.

- b. Permohonan ditandatangani oleh pemohon atau kuasanya, serta dilampiri:
 - » contoh fisik atau gambar atau foto serta uraian dari Desain Industri yang dimohonkan pendaftarannya (untuk mempermudah proses pengumuman permohonan, sebaiknya bentuk gambar atau foto tersebut dapat di-*scan* , atau dalam bentuk disket atau *floppy disk* dengan program yang sesuai);
 - » surat kuasa khusus, dalam hal permohonan diajukan melalui kuasa;
 - » surat pernyataan bahwa Desain Industri yang dimohonkan pendaftarannya adalah milik pemohon.
- c. Dalam hal permohonan diajukan secara bersama-sama oleh lebih dari satu pemohon, permohonan tersebut ditandatangani oleh salah satu pemohon dengan dilampiri persetujuan tertulis dari para pemohon lain;
- d. Dalam hal permohonan diajukan oleh bukan pendesain, permohonan harus disertai pernyataan yang dilengkapi dengan bukti yang cukup bahwa pemohon berhak atas Desain Industri yang bersangkutan;
- e. Membayar biaya permohonan sebesar Rp. 300.000,00 untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) serta Rp. 600.000,00 untuk Non-UKM untuk setiap permohonan.

Lebih lengkap mengenai permohonan untuk desain industri ini dapat diakses pada <http://www.dgip.go.id/layanan-kekayaan-intelektual/desain-industri/prosedur-diagram-alir-di>.

3. Hak Cipta

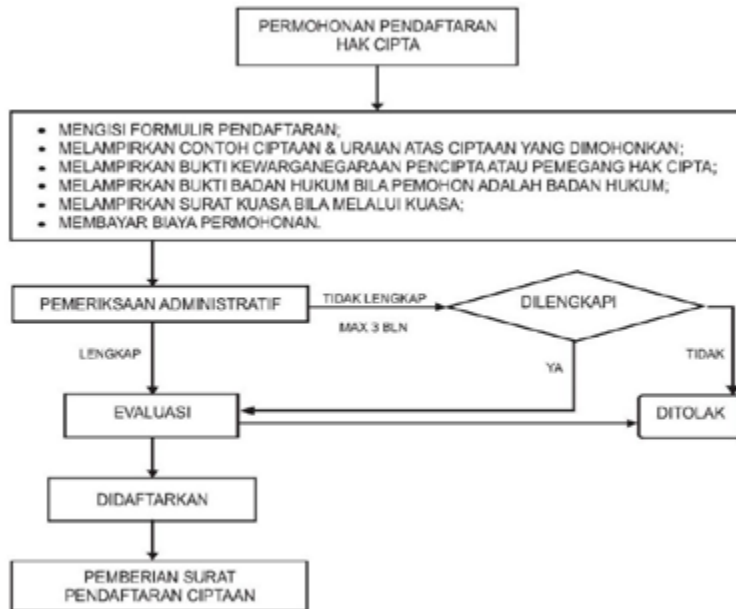
Situs Direktorat Jenderal Kekayaan intelektual Kementerian Hukum dan HAM menyebutkan hak cipta sebagai hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak karya intelektualnya (di bidang ilmu pengetahuan, seni, atau sastra) atau memberi izin untuk itu menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Berikut adalah cara untuk melakukan pendaftaran hak cipta sebagaimana tercantum dalam situs tersebut:

- a. Mengisi formulir pendaftaran ciptaan yang telah disediakan dalam bahasa Indonesia dan diketik rangkap tiga. Lembar pertama dari formulir tersebut ditandatangani di atas meterai Rp. 6.000,00;

- b. Surat permohonan pendaftaran ciptaan mencantumkan:
 - » nama, kewarganegaraan dan alamat pencipta;
 - » nama, kewarganegaraan dan alamat pemegang Hak Cipta; nama kewarganegaraan dan alamat kuasa; jenis dan judul ciptaan;
 - » tanggal dan tempat ciptaan diumumkan untuk pertama kali;
 - » uraian ciptaan (rangkap 3);
- c. Surat permohonan pendaftaran ciptaan hanya dapat diajukan untuk satu ciptaan;
- d. Melampirkan bukti kewarganegaraan pencipta dan pemegang Hak Cipta berupa fotokopi KTP atau paspor.
- e. Apabila permohonan badan hukum, maka pada surat permohonannya harus dilampirkan turunan resmi akta pendirian badan hukum tersebut;
- f. Melampirkan surat kuasa, bilamana permohonan tersebut diajukan oleh seorang kuasa, beserta bukti kewarganegaraan kuasa tersebut;
- g. Apabila permohonan tidak bertempat tinggal di dalam wiliayah RI, maka untuk keperluan permohonan pendaftaran ciptaan ia harus memiliki tempat tinggal dan menunjuk seorang kuasa di dalam wilayah RI;
- h. Apabila permohonan pendaftaran ciptaan diajukan atas nama lebih dari seorang dan atau suatu badan hukum, maka nama-nama pemohon harus ditulis semuanya, dengan menetapkan satu alamat pemohon;
- i. Apabila ciptaan tersebut telah dipindahkan, agar melampirkan bukti pemindahan hak;
- j. Melampirkan contoh ciptaan yang dimohonkan pendaftarannya atau penggantinya.

Berikut diagram alur untuk melakukan permohonan pendaftaran hak cipta dari www.dgip.go.id:



Biaya yang diperlukan untuk pengurusan hak cipta:

PNBP Hak Cipta	Satuan	Tarif (Rp.)
Usaha Mikro dan Usaha Kecil Secara elektronik (<i>online</i>) Secara non-elektronik (manual)	Per Kelas	200.000 250.000
Umum Secara elektronik (<i>online</i>) Secara non-elektronik (manual)	Per Kelas	400.000 500.000

*) Tarif lebih lengkap dapat diakses dari www.dgip.go.id

Contoh Hak Kekayaan Intelektual Pada Usaha Fashion Muslim

Berikut ini akan diberikan contoh kekayaan intelektual pada usaha fashion muslim dengan menggunakan salah satu contoh brand nasional dari Ria Miranda:



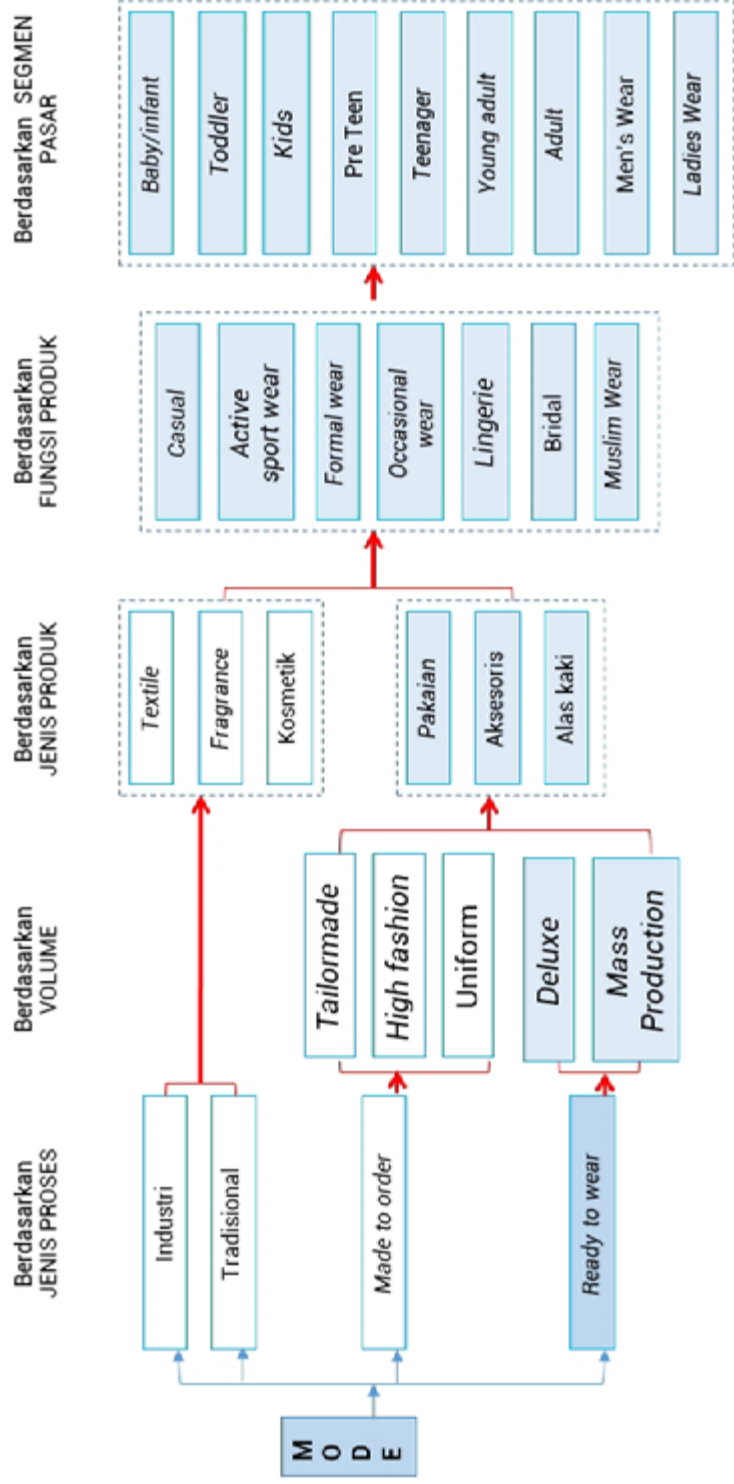
Merek (barang)



Hak Cipta (Motif kain pada baju)

Desain industri (cetakan motif kain yang di-*print* atau dicetak untuk diproduksi menjadi produk fashion dalam jumlah banyak)

Ekosistem Mode



Beberapa Event *Exhibition* Busana di Indonesia

Kegiatan	Waktu & Tempat	Pembuat Acara	Keterangan
Indonesia Fashion Week (IFW)	Dilaksanakan setiap tahun di Jakarta, tepatnya di Jakarta Convention Center.	Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia (APPMI)	http://indonesia-fashion-week.id/
Jakarta Fashion & Food Festival (JFFF)	Jakarta Fashion & Food Festival berlangsung setiap tahun pada bulan Mei di kawasan Sentra Kelapa Gading	Pemerintah Provinsi DKI Jakarta melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta bekerja sama dengan PT Summarecon Agung Tbk., dan didukung oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI serta Kementerian Perdagangan RI	http://jfff.info/
Jogja Fashion Week	Dilaksanakan setiap tahun di Jogjakarta di Jogja Expo Center	Dinas Perindustrian dan Perdagangan DIY	http://jogjafashion-week.org/
Festival Jakarta Great Sale (FJGS)	Dilaksanakan setiap tahun di Jakarta	Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI) DPD DKI Jakarta	http://festivaljakarta-greatsale.com/
Gelar Batik Nusantara (GBN)	Dilaksanakan setiap tahun di Jakarta	Yayasan Batik Indonesia	Jl. Taman Widya Chandra II No. 4, Jakarta Selatan Telp. : (021) 52907106
Solo Batik Carnival (SBC)	Dilaksanakan setiap tahun di Solo	Yayasan Solo Batik Carnival	www.facebook.com/official.solobatikcarnival
Jember Fashion Carnival (JFC)	Dilaksanakan setiap tahun di Jember	Jember Fashion Carnival Center Gunung Batu Permai A Jember, Jawa Timur	http://jemberfashion-carnival.com/
Jakarta Fashion Week	Dilaksanakan setiap tahun di Jakarta		http://www.jakarta-fashionweek.co.id/

Organisasi Bidang Fashion di Indonesia

Organisasi	Singkatan	Alamat/Link
Indonesia Fashion Chamber	IFC	http://indonesianfashionchamber.or.id/
APPMI	Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia	http://appbi-dki.org/
IPMI	Ikatan Pengusaha Muslim Indonesia	http://ipmi.beresweb.com/
PPMI	Perkumpulan Pengusaha Muslim Indonesia	https://pengusahamuslimindonesia.com/profil/
APGAI	Asosiasi Pemasok Garmen dan Aksesoris Indonesia	http://apgai.org/
APINDO	Asosiasi Pengusaha Indonesia	http://apindo.or.id/id
APGAPINDO	Asosiasi Pengusaha Gaun Pengantin Indonesia	https://id-id.facebook.com/public/Welda-Apgapindo
IIFC	Indonesia Islamic Fashion Consortium	https://www.facebook.com/IndonesiaIslamicFashion
IPBM	Ikatan Perancang Busana Muslim	http://www.ipbmindonesia.com/
AMIN	Asosiasi Merek Indonesia	www.amin.or.id/
ARDIN	Asosiasi Rekanan Pengadaan Barang & Distribusi Indonesia	www.ardin.or.id/
AFI	Asosiasi Franchise Indonesia	www.franchiseindonesia.or.id/
ASPERAPI	Asosiasi Perusahaan Pameran Indonesia	www.ieca.or.id/
IWAPI	Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia Pusat	iwapi.id/
Akademi Seni Rupa dan Seni "ISWI"	ISWI	http://www.asride-iswi.ac.id/
IFI	Islamic Fashion Institute	islamicfashioninstitute.com/

Pusat-pusat Sandang di Indonesia

Kota	Pusat	Keterangan
Palembang	Pasar 16 ilir Palembang	Pusat grosir produk tekstil dan garmen di Palembang dan Sumatera Selatan.
Jakarta	Pasar Tanah Abang Plaza Blok M Cipulir Jatinegara Pasar Senen	Terletak di Jakarta Pusat, Pasar Tanah Abang merupakan pusat sandang dan tekstil terbesar di Jakarta. Meski demikian, tempat-tempat lain juga merupakan pusat sandang yang besar.
Bandung	Cihampelas Pasar Baru Gasibu Cibaduyut ITC Kebon Kelapa Pasar Kosambi JL KH Wahid Hasyim No. 66	Bandung sebagai kota fashion merupakan pusat kulakan bagi banyak pengusaha fashion dari seluruh Indonesia, terutama dari luar Jawa. Pasar Baru merupakan pusat sandang terbesar di Bandung, namun banyak pula sentra-sentra sandang lain di Bandung dan sekitarnya.
Surabaya	Pusat Grosir Surabaya	Terletak di dekat Jalan Dupak 1 atau Jalan Stasiun Pasar Turi, merupakan lokasi grosir berbagai barang, termasuk produk sandang dan konveksi.
Semarang	Pasar Johar Kampung Batik Batik Jayakarta Gedung Dekranasda Kampoeng Semarang	Pasar Johar merupakan pasar terbesar di Semarang yang juga menyediakan beragam produk fashion dan konveksi.
Surakarta	Pusat Grosir Solo Pasar Klewer Beteng Trade Center	Surakarta memiliki beberapa pusat sandang besar, karena kota ini memang memiliki pengusaha sandang yang sangat banyak, termasuk produk fashion muslim.
Pekalongan	Sentra Batik Setono/Pasar Setono Kampung Medono	Sebagai kota dengan ekonomi utama dari produk sandang, hampir semua tempat di Pekalongan dipenuhi dengan tempat kulakan untuk produk sandang terutama batik.

Cirebon	Pasar Tegal Gubug	Meskipun merupakan pasar desa, pasar ini dikatakan sebagai pasar sandang terbesar di wilayah Jawa Barat.
Medan	Pasar Sentral Medan	Pasar terbesar di kota Medan, selain menyediakan berbagai kebutuhan fashion dan konveksi juga pusat kain tenun ulos – kain tradisional Batak.
Makasar	Pasar Sentral Bantaeng	Merupakan pusat sandang untuk kulakan di Makassar. Sebagaimana dengan beberapa daerah lain, pusat sandang di luar Pulau Jawa cenderung mengambil/ kulakan barang dari Jawa terutama dari Jakarta, Bandung atau Surakarta.



Glosarium

Desainer	Seseorang yang merancang sesuatu
Fashion	Gaya berpakaian yang populer dalam suatu budaya
Fashion muslim	Model pakaian yang disesuaikan dengan aturan kehidupan penganut agama Islam
Gamis	Pakaian muslim yang berupa terusan
Hanger	Gantungan baju
High fashion	Pembuatan dengan pengerjaan yang lebih detail, rumit, dengan bahan berkualitas tinggi dan membutuhkan waktu lama
Legging	Celana yang dikenakan sebagai dalaman agar pakaian yang dikenakan tidak terlihat transparan
Makloon	Pengerjaan produksi yang dilakukan oleh pihak lain
Manset	Dalaman baju
Master piece design	Desain yang pertama kali dibuat
Modiste	Pembuatannya dimulai dari pengukuran sampai dengan selesai berdasarkan pesanan individu. Dalam hal ini untuk perempuan
Outlet	Sebuah tempat tertutup yang di dalamnya terjadi kegiatan perdagangan dengan jenis benda atau barang yang khusus
Ready to wear	Jenis produksi fashion yang siap untuk dipakai tanpa memerlukan pengukuran badan dan memesan desain terlebih dahulu
Ready to wear deluxe	Busana yang diproduksi dalam jumlah terbatas
Ready to wear regular	Busana siap pakai yang biasanya diproduksi oleh pabrik tertentu, digunakan dalam berbagai kesempatan keseharian

<i>Sriwal</i>	Bawahan atau celana yang panjangnya dari pinggang sampai dengan diatas mata kaki
<i>Tailormade</i>	Pembuatannya dimulai dari pengukuran sampai dengan selesai berdasarkan pesanan individu. Dalam hal ini lebih lazim untuk laki-laki
<i>Trendsetter</i>	Seseorang yang memulai tren fashion atau teknologi sebelum orang lain kebanyakan
<i>Tunik</i>	Sejenis blus tetapi ukuran panjangnya sampai melebihi paha
<i>Uniform</i>	Dikerjakan dalam jumlah banyak untuk seragam perusahaan atau kelompok tertentu

Referensi:

Alphiana. 2016. Materi FGD Penyusunan Buku Prosedur Fashion Muslim. Surabaya: PPKwu LPPM UNS

Amin Hendra Wijaya. 2016. Materi FGD Penyusunan Buku Prosedur Fashion Muslim. Yogyakarta: PPKwu LPPM UNS.

Bank Indonesia. 2009. Pola Pembiayaan Usaha Kecil Syariah: Industri Pakaian Jadi Muslim. <http://www.bi.go.id/id/umkm/kelayakan/pola-pembiayaan/industri/documents/> diakses pada 25/12/2016 pukul 09:17

Dandy Taufik Hidayat. 2016. Materi FGD Penyusunan Naskah Akademik Fashion Muslim. Surakarta: PPKwu LPPM UNS

<http://belajar.ditpsmk.net/wp-content/uploads/2014/09/PEMASARAN-ONLINE-X-1.pdf> diakses pada 30/12/2016 pukul 10:56 WIB.

<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/10/13/084300126/Ketika.Orang.Indonesia.Lebih.Senang.Belanja.Online> diakses pada 30/12/2016 pukul 10:31 WIB.

http://e-tutorial.dgip.go.id/wp-content/uploads/brosur/leaflet_desain_industri.pdf diakses pada 30/12/2016 pukul 13.30 WIB.

http://e-tutorial.dgip.go.id/wp-content/uploads/brosur/leaflet_cipta.pdf diakses pada 30/12/2016 pukul 17:03 WIB.

http://e-tutorial.dgip.go.id/wp-content/uploads/brosur/leaflet_desain_industri.pdf diakses pada 30/12/2016 pukul 14:00 WIB

<http://kbbi.web.id/> diakses pada 28/12/2016 pukul 09.00 WIB.

<http://www.apakabardunia.com/2013/07/asal-muasal-baju-koko.html> diakses pada 20/10/2016 pukul 16.45

<http://www.dgip.go.id/layanan-kekayaan-intelektual/merek/prosedur-diagram-alir-permohonan-merek> diakses pada 29/12/2016 pukul 06.40 WIB.

<http://www.dinarstandard.com/state-of-the-global-islamic-economy-report-2015/>

<http://riamiranda.com/shop/brands/ria-miranda/tops/sabana-tunic> diakses pada 29/12/2016 pukul 17:00

Pietra Sarosa. 2005. Becoming Young Entrepreneur: Dream Big, Start Small, Act Now. Jakarta: Elex Media Komputindo

Rahmad Ramadan. 2016. Materi FGD Penyusunan Buku Prosedur Fashion Muslim. Surakarta: PPKwu LPPM UNS

