

**TEROBOSAN-TEROBOSAN POTENSIAL UNTUK  
PENGEMBANGAN PRODUK FASHION  
PASCA AFTA 2005**

Disumbangkan pada Seminar Nasional Tata Busana di Malang  
14 Mei 2005

Oleh

Dra. Arifah A. Riyanto, M. Pd.

Dosen Jurusan PKK FPTK Universitas Pendidikan Indonesia

Seminar Nasional Tata Busana  
Malang  
2005

## ABSTRAK

*Fashion* sebagai salah satu kajian Ilmu Kesejahteraan Keluarga/IKK (*Home Economics*) saat ini merupakan salah satu program unggulan, di samping bidang boga dan tata kecantikan. *Fashion* dalam kehidupan manusia pada umumnya merupakan kebutuhan primer, tetapi dapat pula menjadi kebutuhan sekunder, bahkan tertier (busana panggung para artis, busana pengantin). Dalam dunia *fashion* saat ini perkembangannya cukup pesat, yang dapat dibuktikan hasil para perancang, baik di luar negeri maupun di Indonesia itu sendiri. Para perancang Indonesia yang telah dapat diakui antara lain Ghea S. Pangabean, Harry Darsono, Iwan Tirta, Ramli, Oscar Lawalata.

Berbagai *fashion* yang telah dirancang para desainer Indonesia dapat kita amati, bahwa mode yang ditampilkannya tidak kalah dengan perancang-perancang dari luar negeri. Mereka dapat bersaing dalam *fashion show* yang diselenggarakan di luar negeri, di mana mereka menampilkan rancangannya, seperti di Kuala Lumpur *Asian Fashion Week*, *Designer Show* di Singapura, *International Fashion Week* di Korea Selatan.

Memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam bidang *fashion* dapat menjadi bidang bisnis atau dapat menjadi wirausahawan, baik dalam usaha skala kecil, sedang maupun besar, bagi mereka yang memiliki minat mengembangkannya. Bidang usaha *fashion* yang dapat dipilih yaitu di antaranya usaha modiste, sanggar, atelier, tailor, butik, garmen, menjadi desainer busana, dan konsultan mode. Bisnis dalam bidang apapun termasuk bidang *fashion*, perlu memahami manajemen usaha dan memiliki mental wirausaha seperti penanggung risiko, percaya diri, memiliki moral tinggi, berorientasi tugas dan hasil, mempunyai sifat kepemimpinan, keorisinalan, berorientasi ke masa depan, ketaqwaan, loyalitas hukum dan keadilan.

Prospek bisnis *fashion* dapat berkembang apabila para desainer dapat menciptakan mode busana yang diminati pangsa pasar, khususnya pangsa pasar Asean. Untuk itu para desainer, pengusaha, produser *fashion* perlu menciptakan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*), keunggulan komparatif (*comparative advantage*), keunggulan model (*model advantage*), dan keunggulan absolut (*absolute advantage*) yang kecenderungan akan memenangkan persaingan pasar secara sehat, baik pasar Asean maupun pasar dunia pada pasca *AFTA* 2005. Dalam pengembangan usaha *fashion* di Indonesia khususnya tidak dapat dilepaskan dari politik dan hukum. Peranan politik dalam arti kebijakan pemerintah, dan hukum dalam arti peraturan yang mendasari pengembangan usaha.

Terobosan yang dapat dilakukan adanya kerjasama dengan pengusaha *fashion* di berbagai negara, perlu dibentuk lembaga informasi bisnis Asean yang sekretariatnya di negara masing-masing. Pada sekretariat bisnis *fashion* Asean diperlukan museum *fashion* dan pusat pemasaran bisnis *fashion* Asean (pada satu kompleks) dan sekaligus tempat wisata *fashion*, yang dinaungi Perseroan Terbatas dan Yayasan. Untuk itu perlu melakukan perintisan pembentukan Yayasan, misalnya oleh perhimpunan garmen Indonesia, atau Perguruan Tinggi bersama penguasa, atau Perguruan Tinggi dengan Yayasan yang ada dan pengusaha, selanjutnya gagasan ini sampai ke tingkat Asean. Terobosan-terobosan potensial untuk pengembangan produk *fashion* pasca *AFTA* 2005 tidak akan lepas dari tantangan. Paling tidak ada enam tantangan yang perlu diterobos.

# **TEROBOSAN-TEROBOSAN POTENSIAL UNTUK PENGEMBANGAN PRODUK *FASHION* PASCA AFTA 2005<sup>\*)</sup>**

Oleh : Dra.Arifah A Riyanto,M.Pd. <sup>\*\*)</sup>

## **PENDAHULUAN**

*Fashion* dalam Ilmu Kesejahteraan Keluarga/IKK (*Home Economics*) merupakan salah satu bidang kajian. Busana (*fashion*) dalam IKK saat ini merupakan salah satu program unggulan, di samping bidang boga dan tata kecantikan, sedangkan bidang Bimbingan Perawatan Anak belum dikembangkan. Bidang tersebut untuk ke depan dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan yang ada yang relevan dengan tugas perkembangan manusia. Bidang kajian dalam lingkup IKK akan dapat menguasai Asia, dunia yang salah satunya *fashion*.

Dalam kehidupan manusia di zaman modern, pada umumnya busana merupakan salah satu kebutuhan primer, sehingga jelas dalam lingkup IKK, busana/*fashion/clothing* tercakup di dalamnya, seperti dipaparkan pada Webster's New International Dictionary (1986 : 1181).

Home Economics is a science and art dealing with home making and relation of home to the community theory and practice concerning to the selection and preparation of food and clothing, condition of living, the use of income, the care and training children etc, also the study or teaching in Home Economics Department concerned with this.

Perkembangan *fashion* saat ini cukup pesat, dibuktikan dengan hasil para perancang yang kreatif, baik perancang dari luar negeri maupun di Indonesia sendiri antara lain Ghea S. Pangabean, Harry Darsono, Iwan Tirta, Ramli, Robi Tumewu. Bahkan dengan kejadian Tsunami di Aceh pun telah memberikan inspirasi pada para perancang untuk menampilkan karya desainnya, seperti diberitakan pada koran Kompas Minggu, 3 April 2005 hal 11 yaitu :

Tujuh perancang busana, rumah busana dan ahli kriya ambil bagian dalam peragaan busana yang mengambil tema Aceh. Seni tenun dan corak seni rupa Aceh menjadi inspirasi Thomas Sigar, Wignyo Rahadise, House of Prayudi, Ina Rachma, Tuty Cholid, Stephanus Hamy, dan Greti.

---

<sup>\*)</sup> Makalah Seminar Nasional Tata Busana di Malang tgl 14 Mei 2005

<sup>\*\*)</sup> Dosen jurusan PKK FPTK UPI

*Fashion* ini pun ternyata tidak hanya menjadi perhatian Paris sebagai negara yang terkenal menjadi pusat mode, tetapi juga negara-negara lain termasuk Indonesia seperti munculnya para perancang yang dapat menampilkan karyanya di luar negeri, baik dalam mengikuti kontes, bazar, maupun *fashion show*. Beberapa di antaranya Anne Avantie, Musa Widyatmodjo, Oka Diputra, Oscar Lawalata, Sebastian Gunawan, dan Stephanus Hamy, telah mengikuti Kuala Lumpur *Asia Fashion Week* dari tanggal 22-27 November 2004 (Kompas Minggu, 5 Desember 2004 : 25). Juga Ronald V. Gaghana pernah mengikuti *Designer Show* di Singapura, *International Fashion Week* di Korea Selatan (Kompas Minggu, 1 Mei 2005 : 25). Di samping para desainer yang merancang *fashion* yang bernuansa Barat, sekarang telah banyak muncul desainer untuk busana muslimah sejalan dengan kuantitas pemakai busana muslimah yang makin bertambah, baik anak-anak, remaja, dewasa maupun para orang tua.

Berkaitan dengan *fashion* atau *fashion desain* yang apabila kita artikan terpisah yaitu desain dikemukakan oleh seorang pakar : "Desain sebagai suatu disiplin ilmiah baru yang secara evolutif ingin berusaha keluar dari disiplin induk yang telah ada seperti : Seni, Sains Enjineri, atau Teknologi" (Imam Buchori Zainuddin, 2005 : 3). Selanjutnya ditegaskan : "Desain adalah sains yang berupaya merumuskan dan mengkonstruksikan gagasan secara ilmiah (*scholarly*) ke dalam sistem/artefak/produk yang mengandung kegunaan praktis yang dilandasi oleh nilai-nilai/value (Imam Buchori Zainuddin, 2005 : 13). Dengan demikian apabila dihubungkan dengan *fashion* sehingga menjadi *fashion desain*, maka dapat diartikan bahwa desain busana ialah sains yang berupaya merumuskan dan mengkonstruksikan gagasan *fashion* secara ilmiah (*scholarship*) ke dalam sistem yang mengandung kegunaan praktis yang tentu dilandasi nilai-nilai yang berlaku dan diterima masyarakat. Jadi, dengan pengertian desain tersebut rancangan para desainer dapat dikaji secara ilmiah, misalnya dari tekstil yang dipilihnya, nuansa warna, motif, ketahanan kain, celup, model yang ditampilkan yang dikaji dari nilai-nilai budaya regional di tiap-tiap suku yang ada, seperti di Indonesia ada Sunda, Jawa, Madura, Bali, Palembang, Lampung, Jambi, Sumatra Barat, Medan, Sulawesi, Maluku, Manado, Irian; nasional; dan global.

Mengamati realita *fashion* yang tampil ke permukaan, khususnya yang ditampilkan para perancang Indonesia, maka karya para perancang itu tidak kalah dengan para perancang dari luar sehingga cenderung dapat bersaing, maksimal di pasar Asean. Walaupun demikian untuk bersaing maksimal di pasar Asean perlu memiliki keunggulan kompetitif (*competitive advantage*), dan keunggulan komparatif (*comparative advantage*), sehingga pasar Asean akan lebih tertarik pada produk *fashion* Indonesia. Untuk penetrasi pasar ini diperlukan wadah yang dapat memantapkan peluang pasar tersebut yang dapat didukung oleh institusi-institusi yang terkait, baik di tingkat pemerintahan pusat maupun di tingkat provinsi dan daerah.

### **KAJIAN BIDANG FASHION**

*Fashion* dalam kehidupan manusia pada umumnya tidak dapat dilepaskan dari manusia sebagai makhluk yang berbudaya yang dari suatu periode ke periode berikutnya selalu berkembang. Manusia sebagai makhluk yang berbudaya, karena sifatnya dan kemampuannya menurut Harsoyo (1977 : 116-117) diberi sebutan antara lain manusia sebagai *homo sapiens* (makhluk biologis yang dapat berpikir), dan sebagai *homo faber* (makhluk yang pandai membuat alat dan mempergunakannya). Kemampuannya dimanfaatkan antara lain dalam mengkreasi *fashion* sehingga bidang kajiannya dapat mencakup : desain busana, pembuatan/produksi busana, kegiatan usaha busana, kewirausahaan bidang busana, manajemen usaha busana, hukum, politik yang mengatur kebijakan yang terkait dengan usaha busana.

Dalam desain busana/*fashion* desain para desainer perlu mengenal, memahami perkembangan busana dari peradaban manusia primitif sampai saat ini, konsep desain busana, anatomi tubuh manusia, unsur dan prinsip desain busana, cara menggambar desain busana, aplikasi pada berbagai jenis busana, teknik penyelesaian dan pengembangannya. Untuk pengembangan desain, maka seorang perancang *fashion* perlu memiliki sumber ide, memahami persyaratan busana untuk berbagai kesempatan dan kreasinya. Wawasan yang cukup luas dalam perkembangan *fashion* dan pelengkapnyanya yang muncul di berbagai media, baik media cetak maupun media elektronik perlu diikuti perkembangannya untuk dapat mengembangkan diri dalam mendesain *fashion*. Seorang desainer lebih sempurna apabila tahu teknik pembuatannya. Pembuatan/produksi busana tercakup kajian teknik mengubah pembuatan

pola dan pengembangannya sesuai model, teknik jahit, dan penyelesaiannya. Teknik jahit ini ada teknik untuk memproduksi dalam kuantitas kecil seperti teknik butik, dan memproduksi dalam kuantitas relatif besar yaitu teknik menjahit konfeksi.

Kajian busana yang lebih luas bukan hanya membuat busana sendiri, tetapi bagaimana berbisnis dalam bidang *fashion*. Berbisnis dalam bidang *fashion* perlu memahami manajemen dalam bidang busana yang mencakup proses mengelola usaha yang dimulai dengan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan/evaluasi, yang menurut George R. Terry (Sarwoto, 1979 : 44) : “Management is distinct process consisting of planning, organizing, actuating, controlling, utilizing in each bath science and art follow in order to accomplish predetermined objectives.” Yang perlu diperhatikan dalam manajemen, juga dalam manajemen usaha busana yang merupakan proses mengelola usaha yang dimulai dengan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan dengan penggunaan ilmu dan seni untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditentukan. Dalam mengelola usaha termasuk di dalamnya menentukan bentuk struktur organisasi yang disesuaikan dengan lingkup luasnya usaha, seperti bentuk struktur organisasi garis, garis dan staf, fungsional, dan bentuk struktur organisasi panitia.

Memiliki pengetahuan (kognitif), sikap (afektif), dan keterampilan (psikomotor) bidang busana dapat memotivasi seseorang yang berminat untuk berwira-swasta dalam bidang busana/*fashion*. Siapapun yang tertarik untuk berusaha dalam lingkup busana, perlu memiliki jiwa wirausaha atau mempunyai mental *entrepreneur*. Dalam kajian *fashion* ini kewirausahaan merupakan kajian yang tidak boleh dilupakan, karena akan membekali mereka yang berpotensi, berminat untuk berwirausaha. Wirausaha dapat diartikan sebagai manusia yang unggul, *innovator*, pioner, berbudi luhur, untuk melakukan kegiatan/pekerjaan dalam mencapai suatu maksud dalam bidang perdagangan atau perusahaan dengan maksud mencari untung, bahkan mampu menciptakan lapangan kerja bagi orang lain. Karakteristik seorang wirausaha yaitu percaya diri, berorientasi, tugas dan hasil, pengambil risiko, mempunyai sifat kepemimpinan, keorisinilan, berorientasi ke masa depan, memiliki moral tinggi, memiliki kepedulian terhadap lingkungan, ketaqwaan, loyalitas hukum dan keadilan.

Dalam pengembangan usaha *fashion* di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari

politik dan hukum. Peranan politik dalam arti kebijakan dalam pengembangan usaha, misalnya pendirian pabrik tekstil, pendirian usaha garmen, penentuan kuota ekspor pakaian jadi ke negara tertentu, kebijakan ekspor impor busana, penyediaan transportasi pengiriman barang berupa busana, baik di dalam negeri maupun ke luar negeri, pembuatan pelabuhan darat (*dry port*) Gede Bage di Bandung, pembuatan pusat-pusat perbelanjaan busana seperti *department store*, toko serba ada. Dalam bidang hukum dalam arti pengaturan yang mendasari pengembangan usaha *fashion* di Indonesia dilakukan oleh pemerintah. Dalam rangka itu negara Indonesia sebagai negara hukum, dalam usaha mendasari pengembangan usaha *fashion* pemerintah mengeluarkan peraturan perundang-undangan agar kelihatan pengembangan usaha *fashion* tadi berjalan lancar dan memberi kepastian hukum dalam pengembangan usaha *fashion* tersebut.

#### **BIDANG USAHA FASHION**

*Fashion* sebagai salah satu bidang IKK yang lebih menekankan kepada bisnis atau usaha *fashion*. Bidang usaha *fashion* dapat dikelompokkan menjadi lima kegiatan usaha, yaitu :

1. Kegiatan usaha bidang busana untuk kerja pada orang lain atau institusi lain.

Pada kegiatan usaha ini ialah seseorang mempersiapkan diri untuk bekerja dalam usaha yang dipilihnya, misalnya kerja di *garment*, di butik, sanggar, atelier, modiste, tailor, atau pada kursus pembuatan busana. Untuk bekerja pada jenis-jenis usaha tentu menuntut pengetahuan, keterampilan, dan kegiatan kerja yang relatif berbeda. Bekerja di *garment* menuntut profesionalisme pada bidang kerja masing-masing, sehingga seseorang yang bekerja di *garment* akan disesuaikan dengan bidang keahliannya, misalnya untuk menjadi desainer, bagian pola (*pattern*), memotong (*cutting*), menjahit (*sewing*), pengawasan kualitas (*quality control*), mengepres (*pressing*), mengemas (*packing*). Bekerja di butik dapat menjadi desainer, bagian pola dan memotong serta menjahit, dan ada pula hanya tiga keahlian yaitu desainer, pembuatan pola, dan memotong, serta bagian menjahit sampai penyelesaian. Pada usaha atelier, tailor, sanggar busana hampir mirip dengan butik lebih cenderung sistem kerja borongan, yang berarti semua pekerjaan dilakukan oleh seorang sampai busana siap dipakai. Bidang kerja modiste

lebih terkonsentrasi sistem kerja borongan, sedangkan di kursus menjahit perlu memiliki keahlian mengajar, melatih, membimbing dalam pembuatan busana.

2. Kegiatan usaha bidang busana untuk pekerja berbasis rumah.

Yang dimaksud kegiatan usaha ini, yaitu kegiatan usaha yang dilakukan keluarga, yang dikerjakan di rumah, menerima limpahan pekerjaan dari suatu perusahaan. Umumnya pekerjaan ini dilakukan oleh ibu-ibu yang kadang-kadang dibantu keluarganya. Pelimpahan pekerjaan ini biasanya dilakukan oleh perusahaan yang cukup besar dengan order melimpah, pekerjaan pun umumnya pekerjaan yang ringan misalnya menjahit sarung, membersihkan benang-benang.

3. Kegiatan usaha bidang busana untuk usaha sendiri.

Usaha yang dapat didirikan sebagai usaha sendiri yaitu modiste, atelier, konfeksi, butik, sanggar, dan kursus pembuatan busana. Kegiatan usaha ini dapat dilakukan sendiri semuanya, atau mempunyai pekerja terutama apabila usahanya sudah berkembang, karena tidak mungkin semuanya dikerjakan sendiri. Kemajuan usaha akan tergantung kepada pengusaha itu sendiri, apakah seorang pengusaha itu cukup handal, ulet, berwawasan luas untuk mengembangkan usahanya. Dengan kata lain apakah sudah memiliki mental wirausaha pada diri pengusaha itu atau belum.

4. Kegiatan usaha bidang busana untuk usaha kelompok.

Apabila ada dua orang atau lebih mempunyai modal, dan memiliki kemampuan pembuatan busana, mengelola usaha, dapat bergabung untuk mendirikan usaha, dapat berupa usaha atelier, sanggar busana, konfeksi/garmen. Kegiatan usaha ini dapat mendirikan usaha firma. Segala pekerjaan yang ada dalam kegiatan usaha dapat dibagi habis di antara orang yang mempunyai modal tadi, terutama untuk manajemen perusahaan, sedangkan tenaga teknis dapat dilakukan orang lain. Kelancaran tidaknya pelaksanaan tugas dari mulai pekerjaan awal sampai pemasaran menjadi tanggung jawab bersama, termasuk keuntungan dan kerugian. Apabila terjadi kepailitan perusahaan, maka harta pribadi dapat menutupi utang-utang perusahaan.

5. Kegiatan usaha bidang busana untuk usaha besar.

Kegiatan usaha ini biasanya jangkauan pasarnya sudah mencapai taraf global, atau mencapai taraf ekspor. Jenis usaha ini biasanya termasuk pada jenis usaha



konfeksi/garmen. Kegiatan pekerjaan usahanya mencakup perencanaan produksi, pelaksanaan produksi, pengemasan dan pemasaran. Kegiatan di garmen ada yang berdasarkan pesanan dari calon pembeli (*buyer*) dan ada yang dibuat untuk dipasarkan. Bagian perencanaan produksi dimulai dengan pekerjaan mendesain apabila tidak berdasarkan pesanan, dan apabila berdasarkan pesanan biasanya model sudah ada dari calon pembeli. Proses selanjutnya untuk berdasarkan pesanan perlu dibuat model (*sample*) untuk diperlihatkan kepada calon pembeli. Selanjutnya apabila model disetujui dilanjutkan dengan memproduksi. Untuk memproduksi tanpa pesanan akan langsung memproduksi apabila model rancangannya sudah digambar dan kuantitas produksi sudah diperkirakan sesuai dengan kemungkinan pasar.

Usaha busana mencakup produk, kualitas, kuantitas, modal, yang semuanya akan mempengaruhi tingkat jangkauan pasar, yang apabila memenuhi persyaratan pasar Asean dapat bekerjasama dengan negara-negara Asean.

### **PROSPEK BIDANG FASHION**

Busana dilihat dari segi kebutuhan ekonomi, fisik manusia termasuk kebutuhan primer, di samping kebutuhan pangan dan papan, tetapi untuk jenis-jenis busana tertentu dapat termasuk kebutuhan sekunder, bahkan dapat menjadi tertier (busana panggung untuk artis, busana pengantin). Busana-busana itu harganya mahal, dan dipergunakan untuk sekali pakai atau beberapa kali pakai saja, karena jika dipergunakan sehari-hari tidak sesuai dan modelnya kadang-kadang tidak praktis.

Berbagai jenis busana dapat dikelompokkan sesuai jenis kelamin seperti busana laki-laki dan busana perempuan, menurut usia seperti busana bayi, busana anak, busana remaja, dan busana dewasa. Busana juga dapat dikelompokkan dari jenis model, seperti blus, rok, bebe/gaun, kain dan kebaya, mantel pak, blazer, yaitu untuk busana perempuan. Untuk laki-laki yaitu kemeja, pantalon, jaket, dan jas. Jenis-jenis model ini disesuaikan juga dengan kesempatan, seperti busana rumah, busana kerja, busana santai, dan busana tidur. Saat ini juga berkembang busana yang dapat meraih pangsa pasar, yaitu busana muslimah.

Dengan kreativitas, inovatif dari para perancang dapat menciptakan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*), keunggulan komparatif (*comparative*

*advantage*), keunggulan model (*model advantage*), dan keunggulan absolut (*absolute advantage*). Diciptakan keunggulan-keunggulan itu cenderung akan memenangkan persaingan pasar secara sehat.

Untuk pemasaran ini perlu ada kerjasama antara para pengusaha busana di berbagai negara, perlu dibentuk lembaga informasi bisnis *fashion* di Asean, yang sekretariatnya di negara masing-masing, sehingga informasi *fashion* ada disitu, misalnya statistik penjualan busana diberbagai negara di Asean. Pada sekretariat bisnis Asean perlu ada museum busana dan pusat pemasaran bisnis *fashion* Asean (dalam satu kompleks), dan sekaligus tempat wisata *fashion* negara Asean dan negara-negara lain, yang dinaungi badan usaha Perseroan Terbatas (PT), atau Yayasan yang menaungi museum perhimpunan *fashion* Indonesia.

### **STRATEGI**

Strategi untuk sampai pada bisnis *fashion* yang ada di bawah PT dan Yayasan *fashion* yang disponsori oleh lembaga Asean di negara masing-masing harus ada yang merintis di tiap-tiap negara atau dalam hal ini Indonesia. Negara kita sendiri dapat menghubungi sekretariat Asean di Jakarta. Selanjutnya dilakukan perintisan pembentukan Yayasan, misalnya oleh perhimpunan garmen Indonesia, atau Perguruan Tinggi dan pengusaha, atau Perguruan Tinggi dengan Yayasan yang ada, dan pengusaha, baru gagasan ini ke tingkat Asean.

Apabila sudah ada kesepakatan dilanjutkan dengan mengadakan pertemuan pada suatu tempat di negara mana saja tergantung kesepakatan bersama. Pertemuan itu untuk mencari kesepakatan pembentukan lembaga pengembangan *Fashion* Asean, dan pembentukan Yayasan dan Peseroan Terbatas di negara masing-masing.

### **TANTANGAN**

Banyak tantangan dalam membentuk lembaga *fashion* Asean dan badan-badan usaha *fashion* yaitu :

1. Siapa yang akan memulai membentuk kelompok kecil yang akan membuat proposal yang akan merintis ke arah tujuan ini untuk disampaikan kepada sekretariat Asean.
2. Kelompok kecil dengan proposalnya untuk menemui sekretariat Asean di Jakarta.
3. Membentuk lembaga *fashion* Asean di Indonesia.

4. Membentuk Yayasan *fashion* Indonesia.
5. Membantu PT *fashion* Indonesia ( Tbk ).
6. Kelompok kecil, pimpinan Yayasan dan pimpinan PT menghimpun hal yang sama di tiap negara.

Apabila sudah terbentuk di dua atau lebih negara di Asean, barulah membuat jaringan kerja pengembangan usaha *fashion* Asean. Setelah jaringan *fashion* Asean terbentuk, maka jaringan inilah yang akan menjalin hubungan dengan jaringan *fashion* dengan negara lain seperti negara maju Eropa, Amerika Utara, Jepang, dan Cina.

Demikian pemikiran penulis yang diasumsikan dapat dilakukan sebagai terobosan-terobosan potensial untuk pengembangan produk *fashion* pasca AFTA 2005.

#### **SUMBER BACAAN**

- A. Riyanto, Arifah. (2003). *Teori Busana*. Bandung : Yapemdo.
- Harian Umum *Kompas*, "Tebar Pesona Perancang Indonesia di Kuala Lumpur Asian Fashion Week (KLAFW)", Minggu, 5 Januari 2004.
- ....., "Pengaruh Peristiwa Besar Dalam Gaya Hidup", Minggu, 9 Januari 2005.
- ....., "Aceh Yang Selalu Memberi Inspirasi", Minggu, 23 Januari 2005.
- ....., "Aceh Kembali Menjadi Inspirasi", Minggu, 3 April 2005.
- ....., "Roaring Twenties" 2005 Ekspresi Bebas Ronald V. Gaghana", Minggu, 1 Mei 2005.
- Harsojo. (1977). *Pengantar Antropologi*, Bandung : Bina Cipta.
- Hisrich, Robert D. & Michael P. Peter. (1992). *Entrepreneurship, Starting, Developing, and Managing a New Enterprise*. Japan : Toppan Co. Ltd.
- Meredith, Geoffrey G. et al. (1989). *The Praticice of Entrepreneruship*. Genewa : International Labour Organization.
- Rashid, Tahufick (Editor). (1981). *Wiraswasta Orientasi Konsepsi dan Ikrar*. Bandung : Tugas Wiraswasta.
- Sarwoto. (1979). *Dasar-dasar Organisasi Management*. Jakarta-Surabaya-Medan-Yogya-Bandung : Ghalia Indonesia.
- Webster's New International Dictionary (1986). USA : Grotier.
- Zainuddin, Iman Buchori. (2005). *Desain, Sains Desain dan Sains Tentang Desain (Telaah Filsafat Ilmu)*. Bandung : International Symposium On The Science of Design, ITB.