

SUSILO IFANDI PUTRA, 22.230.0007

Usaha Produk Kebaya Janggan Srikandi Pada Ifasa Fashion, Dibawah Bimbingan
Tri Agus Setiawan, S.Kom., M.Kom. dan Ibu Tri Pudji Wahjuningsih, S.E., M.Si.
207 xiv halaman / 43 gambar / 50 tabel / 7 lampiran / 43 pustaka (2019-2025)

ABSTRAK

Ifasa Fashion merupakan usaha mikro di bidang fashion dengan produk utama Kebaya Janggan Srikandi yang dikembangkan untuk menjawab permasalahan pasar seperti harga yang relatif tinggi tidak sebanding dengan kualitas, desain yang monoton, serta keterbatasan variasi produk. Inovasi desain model Kebaya Janggan Srikandi difokuskan pada pemilihan bahan brokat premium jenis *lace cordnelly* dan detail dekoratif yang berbeda dari umumnya, meliputi aplikasi manik-manik mutiara dan payet mata yang dipasang di bagian depan seperti mengikuti garis kancing, serta bros premium rantai bunga sebagai aksen utama. Produksi dilakukan melalui kemitraan dengan pemasok kain, penyedia aksesoris dekoratif, konveksi jahit, serta pemasok pelengkap produk untuk menjamin kualitas, inovasi desain, dan harga yang kompetitif. Strategi pemasaran menggunakan *Marketing Mix 4P (Product, Price, Place, Promotion)* dengan memanfaatkan *Shopee* sebagai kanal *online* utama, *TikTok* sebagai media promosi, serta distribusi *offline* melalui pedagang Pasar Batik Setono. Analisis *SWOT* dan *Business Model Canvas* digunakan untuk membangun model bisnis berkelanjutan yang berdaya saing di industri *fashion* tradisional *modern*. Laba yang diperoleh dialokasikan untuk produksi selanjutnya guna keberlanjutan dan pengembangan usaha.

Kata Kunci : Ifasa Fashion, Kebaya Janggan, Produksi, Pemasaran

SUSILO IFANDI PUTRA, 22.230.0007

The Business of Kebaya Janggan Srikandi Product at Ifasa Fashion, Under the guidance of Tri Agus Setiawan, S.Kom., M.Kom. and Tri Pudji Wahjuningsih, S.E., M.Si.

207 xiv pages / 43 images / 50 tables / 7 appendices / 43 references (2019-2025)

ABSTRACT

Ifasa Fashion is a micro-enterprise in the fashion sector with its main product, Kebaya Janggan Srikandi, developed to address market challenges such as relatively high prices that do not match product quality, monotonous designs, and limited product variety. Design innovation of the Kebaya Janggan Srikandi model focuses on selecting premium lace cordnely brocade fabric and distinctive decorative details, including the application of pearl beads and eye sequins installed on the front resembling button lines, along with premium chain flower brooches as the main accent. Production is carried out through partnerships with fabric suppliers, decorative accessory providers, sewing workshops, and complementary product suppliers to ensure quality, design innovation, and competitive pricing. The marketing strategy uses the Marketing Mix 4P (Product, Price, Place, Promotion) by utilizing Shopee as the main online channel, TikTok for promotional content, and offline distribution through merchants at Pasar Batik Setono. SWOT analysis and the Business Model Canvas are used to build a sustainable and competitive business model in the modern traditional fashion industry. Profits obtained are allocated for subsequent production to ensure business sustainability and development.

Keywords : *Ifasa Fashion, Kebaya janggan, Production, Marketing.*