

# Jurnal leecom

*by* Luri Renaningtyas

---

**Submission date:** 28-Jun-2022 08:10AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1863925459

**File name:** Jurnal\_leverage\_\_terbit.pdf (1.25M)

**Word count:** 3389

**Character count:** 20270

## PENGEMBANGAN PRODUK FESYEN UNTUK UKM NALENI KAIN DI SIWALANKERTO SURABAYA

Luri Renaningtyas, Maria Nala Damajanti, Rika Febriani

<sup>4</sup>Program Studi Desain Fesyen dan Tekstil, Fakultas Seni dan Desain  
Universitas Kristen Petra, Jln. Siwalankerto 121–131, Surabaya 60236

**Abstrak:** Naleni Kain adalah bisnis rintisan di bidang fesyen yang menjual busana siap pakai *tie die* atau *shibori* dengan target pasar dewasa muda (18–25 tahun). Jenama yang baru mulai berjalan ini belum mempunyai produk tetap untuk dijual, bahkan hanya sesekali membuat satu atau dua produk, selain itu Naleni Kain juga perlu memajukan promosinya untuk dapat lebih menjual produknya. Meneruskan penelitian terdahulu: “Implementasi Trend Forecast ke Dalam Pengembangan Desain Busana Naleni Kain di Siwalankerto” abdimas ini dilakukan dengan tujuan untuk produksi baju siap pakai yang telah didesain sesuai tren 2019–2020 di penelitian tersebut, agar Naleni Kain punya produk untuk dijual. Selanjutnya untuk promosi awal, produk-produk tersebut dibuatkan foto katalognya dan dipromosikan melalui media sosial maupun lokapasar. Maka untuk dapat mandiri ke depannya dan bertahan di pasar terutama dari kompetitornya kelak perlu dilakukan pembinaan terhadap UKM ini berbentuk pelatihan tentang tren, pengembangan produknya serta promosinya, meskipun demikian akibat pandemi Covid-19 pelaksanaannya menjadi tidak sesuai dengan yang direncanakan terutama dalam hal bagaimana mitra merespons abdimas ini. Seluruh proses mulai dari sketsa desain, desain datar, desain pola jahit, foto katalog hingga promosi melibatkan mahasiswa di desain komunikasi visual dan desain fesyen. Luaran dari abdimas ini berupa desain produk jadi siap pakai dan HKI-nya.

**Kata kunci:** desain baju, Naleni Kain, promosi

### A. PENDAHULUAN

Abdimas ini melanjutkan penelitian sebelumnya dengan judul Implementasi *Trend Forecast* ke dalam Pengembangan Desain Busana Naleni Kain di Siwalankerto, yaitu membuat desain fesyen untuk Naleni Kain berdasarkan tren tahun 2019–2020, seperti Exuberant, Svarga, Neo Medieval, dan Cortex (Bekraf, 2019). Naleni Kain adalah bisnis baru yang menasar anak muda, sehingga membutuhkan produk dan promosi yang riil dan sesuai dengan target pasarnya, maka dari itu abdimas kali ini merupakan tahap produksi dan promosinya. Tujuannya selain untuk memfasilitasi mitra dengan produk yang siap dijual, abdimas

ini memberikan pendampingan dan konsultasi bagi mitra sehingga mampu menerapkan metode berpikir desain untuk menerjemahkan tren dalam menciptakan produk di masa mendatang.

Naleni Kain sudah memiliki identitas jenama namun produk-produk yang akan ditawarkan masih sedikit yaitu *outer*, baju koko atau produk yang dikerjakan dari permintaan pelanggan saja. Selama ini Naleni membuat produk tidak mengacu pada tren apa pun padahal seperti yang dipaparkan oleh Kim, dkk. hal tersebut berpeluang untuk menambah nilai jualnya (Kim, Fiore, & Kim, 2011). Promosi yang sudah dilakukan sejauh ini sebatas foto-foto katalog di Instagram untuk produk kain saja, sedangkan untuk baju

---

\*Corresponding Author.  
e-mail: [cocolatos@petra.ac.id](mailto:cocolatos@petra.ac.id)

jadi belum ada sehingga masalah yang perlu diselesaikan adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana mendampingi Naleni Kain dalam mengembangkan dan memproduksi produk jualannya yang diberi nama 'Ing Naleni' berdasarkan dari tren?
2. Bagaimana mengemas promosi 'Ing Naleni' dengan membuat katalog produk?

Menilik dari permasalahan di atas maka langkah yang dilakukan pada pelaksanaan abdimas adalah sebagai berikut.

- Memberikan edukasi seputar tren dan gaya serta sosialisasi tren 2019–2020 kepada mitra.
- Membuat produk busana siap pakai untuk dipasarkan, mulai dari desain hingga produksi. Ada empat jenis produk untuk pria dan wanita, yaitu: Exuberant Ing Naleni, Svarga Ing Naleni, Neo Medieval Ing Naleni dan Cor-tex Ing Naleni. Total produk adalah 8 baju.
- Membuat katalog foto produk untuk promosi di media sosial maupun lokapasar lainnya.

## B. METODE PELAKSANAAN

### 1. Persiapan

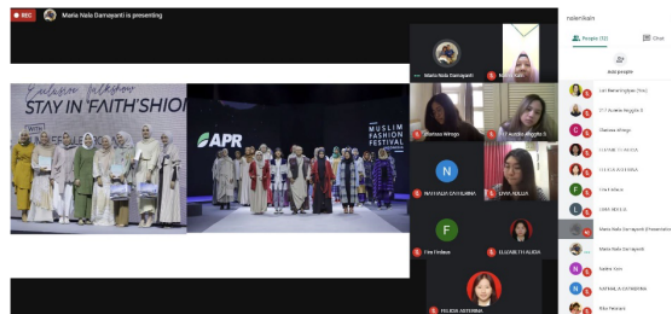
Pada bulan Naleni Kain diminta untuk membuat purwarupa atasan dengan tema tren Svarga, tujuannya untuk melihat kesiapan dari mitra mela-

lui hasil jadi baju tersebut. Setelah dilihat hasilnya purwarupa ini sudah memenuhi kualifikasi yang menunjukkan siap diproduksi masal serta kesang-gupan mitra untuk melanjutkan abdimas ini.

Setelah daftar penerimaan hibah internal LPPM Universitas Kristen Petra (UKP) diumum-kan, dilakukan pengumpulan gagasan bersama dengan tim inti abdimas (dosen), kemudian ide tersebut disampaikan ke anggota mahasiswa lain-nya. Abdimas ini merupakan kolaborasi dari tiga orang dosen program Desain Fesyen dan Tekstil (DFT) UKP Surabaya dengan lima orang mahasiswa yang berasal dari program yang sama dan Desain Komunikasi Visual (DKV). Ketua tim menyampaikan latar belakang dan tujuan abdimas, serta kondisi mitra yang dilayani. Dari diskusi tersebut tim dapat menentukan waktu pelaksanaannya, kegiatan yang akan dilakukan, pembagian kerja kepada masing-masing anggota, serta penyampaian anggaran. Selanjutnya tim bertemu dengan Lilik Solikati pemilik UKM Naleni Kain untuk mendiskusikan pelaksanaan tahap produksi dan promosi produknya.

### 2. Pelaksanaan Kegiatan

Sebelum masuk ke tahap produksi dan promosi, dosen DFT memberikan edukasi kepa-da pihak mitra. Edukasi tentang tren dan gaya yang terdiri dari dua sesi. Kegiatan ini dilakukan



Gambar 1 Tangkapan Layar Kegiatan Edukasi Tren dan Gaya  
Sumber: Luri Renaningtyas



**Gambar 2 Penyederhanaan Tren Tema Exuberant Menjadi Gaya yang Lebih Sederhana**  
Sumber: Luri Renaningtyas dari materi pemakalah seminar 3<sup>rd</sup> ICADE

pada tanggal 4 November 2020 dan diikuti oleh Lilik Solikati, satu perwakilan dari karyawannya dan mahasiswa DFT angkatan 2020 dan 2019.

Kegiatan ini berlangsung kurang lebih dua jam. Sesi 1 dibawakan oleh Luri Renaningtyas, menjelaskan tentang bagaimana mengimplementasikan tren ke dalam desain baju Naleni Kain di penelitian sebelumnya. Mitra mendapatkan pembelajaran membuat konsep desain bahwa desain dari acuan tren yang ada dapat dipecah dan disederhanakan terlebih dulu sehingga lebih mudah untuk diimplementasikan ke desain yang baru seperti Gambar 2. Setelah itu ada riset demografis pasar untuk memetakan seperti apa selera pasar sehingga dari kedua dasar tersebut mitra dapat membuat konsep desain yang baik (Renaningtyas, Febriani, & Damajanti, Improving Naleni Kain's Clothing Design by Implementing Fashion Trend Forecast, 2021), sedangkan sesi 2 membahas tentang definisi tren, lalu kaitannya dengan gaya hidup dan seberapa penting tren dapat memengaruhi selera pasar, materi ini dibawakan oleh Maria N. Damajanti.

Tahapan selanjutnya adalah membuat produk busana siap pakai untuk pria dan wanita. Proses pembuatan produk ini menyesuaikan dengan kegiatan bekerja dari rumah dan pembatasan kegiatan sosial, oleh karenanya mungkin

pendampingan dan konsultasi yang dilakukan masih dirasa kurang maksimal. Sehingga produksi baju ada yang belum sempat diselesaikan dan strategi promosi tidak dijalankan sepenuhnya seperti yang dijelaskan berikut ini.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyederhanaan tren seperti Gambar 2 tema Exuberant yang memiliki sifat enerjik, optimis, positif dan dinamis yang terlihat dari warnawarnanya yang mencolok, serta padu padan yang secara keseluruhan terkesan aneh, culun, dan retro. Berdasarkan analisis data dalam penelitian sebelumnya, Exuberant memiliki kemiripan dengan gaya busana Harajuku (Renaningtyas, Febriani, & Damajanti, Implementasi Trendforecast ke dalam Pengembangan Desain Busana Naleni Kain di Siwalankerto, 2020). Menurut Godoy dan Vartania Harajuku adalah gaya yang mendapat banyak pujian dari banyak inspirasi seperti desainer, idola, musik, pembuat ilustrasi, dan budaya barat, gaya Harajuku terkesan agresif, (Godoy & Vartania, 2007). Tampilan keseluruhan Exuberant dipecah menjadi elemen dasar seperti atasan dan bawahan, kemudian dicari padu padannya dengan gaya-gaya dalam fesyen yang telah populer sebelumnya. Cara berpikir yang sama juga



Gambar 3 Desain Datar Atasan Svarga ing Naleni untuk Wanita dan Kimono untuk Pria Karya Mahasiswa  
Sumber: Clarissa Wirogo

diformulasikan ke tema-tema lainnya, misalnya tema Neo Medieval memiliki kemiripan dengan gaya fesyen ‘militer’ dengan nuansa gaya punk. Daniar menulis dalam jurnalnya, fashion punk terdiri dari rambut mohawk merah yang provokatif, tato, tindik, gelang-gelang duri, serta sepatu *boots* (Setyanto, 2015). Gaya ini identik dengan pemberontakan dan sejalan dengan latar belakang tema Neo Medieval. Sementara tema Svarga mirip dengan gaya *hippies yang populer* di tahun 1960-an dan 1970-an, Encyclopedia mengupas ciri khas gaya ini yaitu rambut panjang wanita dan pria, menggunakan baju-baju dengan banyak motif dan warna, serta mengenakan sandal dan kacamata berukuran besar juga kerap dipakai untuk meleng-

kapi penampilan mereka (Encyclopedia Britannica, 2020). Sesuai dengan yang dipaparkan di penelitian terdahulu, tema Cortex dipadankan dengan style futuristik yang menekankan kedinasan. Pakaian minimalis dan ramping, kain sintetis, plastik, dan logam memberikan efek futuristik (Renaningtyas, Febriani, & Damajanti, Implementasi Trendforecast ke dalam Pengembangan Desain Busana Naleni Kain di Siwalankerto, 2020).

#### 1. Mahasiswa Membuat Desain Datar dari Sketsa

Berikutnya mahasiswa membantu untuk membuat desain datar berdasarkan sketsa dan potong pola dari penelitian sebelumnya. Tiap



Gambar 4 Desain Datar Neo Medieval ing Naleni Outer untuk Wanita dan Jas untuk Pria Karya Mahasiswa  
Sumber: Nathalia Catherina





Gambar 5 Desain Datar Jaket Cortex ing Naleni untuk Pria Karya Mahasiswa  
Sumber: Livia Adelia



Gambar 6 Desain Datar Kimono dan Rok Exuberant ing Naleni untuk Wanita  
Sumber: Luri Renaningtyas

desain datar dikonsultasikan dengan tim inti. Proses konsultasi dilakukan melalui WhatsApp dan Google Drive. Tujuan dibuat desain datar untuk mempermudah Naleni Kain membayangkan bentukan baju ketika jadi nantinya.

## 2. Mitra Memproduksi Baju dengan Acuan Desain Datar

Sesuai dengan waktu pelaksanaan abdimas proses produksi dilakukan dari bulan November

2020 dan rencananya akan selesai pada bulan Januari, namun pada praktiknya tidak dapat memenuhi tenggat waktu yang ditentukan. Hal tersebut dikarenakan kondisi pandemi ini membatasi kedua pihak untuk bertemu langsung, melainkan hanya lewat Google meet atau WhatsApp akhirnya jadwal menjadi fleksibel, menyebabkan pihak mitra banyak mengerjakan proyek lain di luar abdimas di waktu yang bersamaan dan sering kali mitra tidak fokus pada kegiatan ini.



**Gambar 7 Outer Pink yang Terjual**  
Sumber: Lilik Solikati



**Gambar 8 Eksperimen Mengembangkan Kain untuk Kimono Exuberant ing Naleni**  
Sumber: Lilik Solikati



**Gambar 9 Hasil Eksperimen Bahan untuk Outer Cortex ing Naleni**  
Sumber: Lilik Solikati

Absennya pertemuan fisik antara pihak mitra dan pelaksana abdimas mengurangi kualitas komunikasi dan rasa untuk berkomitmen juga. Selain itu ternyata dibutuhkan eksperimen untuk mencari teknik *shibori* atau *tie dye* serta pewarnaan yang mendekati sketsa desain. Eksperimen ini tentu perlu waktu, sebab Lilik pada akhirnya banyak mengerjakan sendiri. Proyek pemkot membuat masker dan APD juga menjadi alasan proses produksi berjalan lambat, sementara karyawan yang membantu juga tidak tetap.

### 3. Tim Memotret Produk

Tahapan selanjutnya adalah foto produk. Mitra akan mengirim baju hasil produksi untuk difoto di lab. fotografi DKV UKP. Pemotretan yang dilakukan untuk kebutuhan promosi produk baju. Baju yang difoto adalah Exuberant ing Naleni, yaitu dua kimono, satu rok dan dua kemeja. Sementara untuk tema lainnya yaitu Neo Medieval, Cortex dan Svarga pada saat itu sayangnya belum selesai diproduksi oleh mitra. Hal ini menjadi kendala ketika tenggat waktu sudah ditentukan namun tidak terpenuhi sehingga produk lainnya difoto tanpa menggunakan model, jadi hanya produknya saja (Gambar 12).

### 4. Katalog Produk

Hasil foto akan di layout untuk katalog produk dan digunakan di Instagram, WhatsApp maupun lokapasar lainnya seperti Shopee. Instagram menjadi wahana untuk menjalin *brand awareness* dengan target pasar, sekaligus sebagai tempat untuk melakukan pemesanan. Namun dari keterangan Lilik (Solikati, Wawancara mengenai evaluasi hasil abdimas, 2021) strategi promosi yang berjalan mayoritas dilakukan melalui WhatsApp grup dengan menampilkan foto maupun video dari produk yang dijual. Strategi promosi melalui Shopee tidak pernah dijalankan meskipun sudah pernah dibuatkan dari hasil penelitian bersama Cornelli mahasiswa DKV UKP (Kwanda, 2019). Demikian halnya dengan Instagram seperti Gambar 11, juga tidak berjalan maksimal. Untuk dapat meningkatkan jumlah pengunjung ke laman Naleni Kain di Instagram hingga menimbulkan keterikatan audiensi terhadap merek Naleni Kain maka setidaknya harus ada unggahan baru setiap hari, sayangnya hal ini masih sulit diwujudkan mengingat terbatasnya SDM yang ada, sehingga saat ini pihak mitra hanya menggunakan WhatsApp saja. Pihak pelaksana juga telah mendesain template katalog yang siap diunggah di Instagram

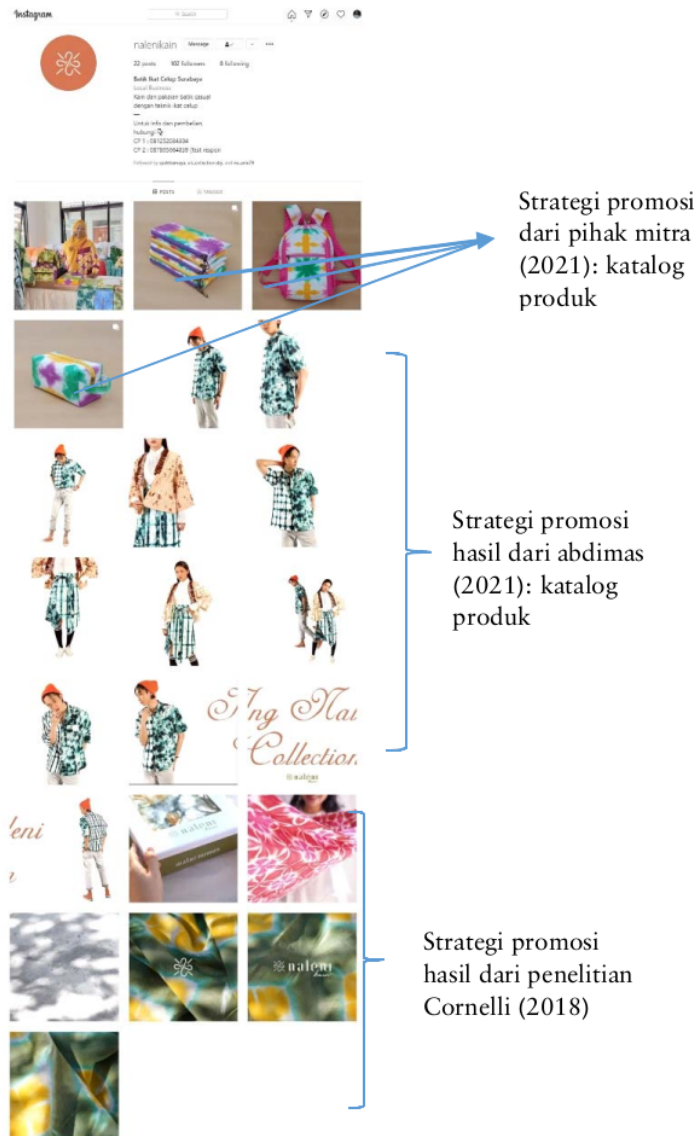


Gambar 10 Foto Dokumentasi Suasana Pemotretan  
Sumber: Luri Renaningtyas dan Maria Angela



maupun di WhatsApp seperti pada Gambar 16, tetapi pada pelaksanaannya pihak mitra tidak menggunakannya untuk mempromosikan koleksi

“ing Naleni.” Meskipun demikian koleksi tersebut sudah terjual semua melalui WhatsApp maupun pameran luring.



Gambar 11 Panel Unggahan Instagram

Sumber: <https://www.instagram.com/nalenikain/?hl=en>

Diunduh 14 Oktober 2021



Gambar 12 Template Desain Promosi di Instagram untuk Koleksi Cortex ing Naleni dan Svarga ing Naleni

## 5. HKI Desain Industri

Seperti yang sudah dibahas sebelumnya luaran lainnya dari abdimas ini adalah HKI desain industri. HKI yang didaftarkan yaitu satu desain kimono dan satu desain rok Exuberant ing Naleni dengan detail seperti gambar di bawah ini.

Dikarenakan absennya perjumpaan fisik antara pihak pelaksana dan pihak mitra, maka edukasi yang dilakukan di awal dengan harapan bahwa Naleni Kain memahami tren dan cara berpikir desain dalam mengembangkan produknya menjadi pasif, pihak mitra hanya menyerap informasi dari satu arah, karena kesempatan



Gambar 13 HKI Desain Industri (ki-ka) Kimono dan Rok Asimetris Exuberant ing Naleni  
Sumber: Luri Renaningtyas, dkk.



Gambar 14 Hasil Jadi “Naleni Kain ing Exuberant”  
Sumber: dokumentasi mahasiswa

untuk praktik dan diskusi sangatlah terbatas ketika daring. Faktanya di lapangan Naleni Kain tetap mendesain produknya tidak berdasarkan tren. UKM ini merespons bahwa dari abdimas yang dilakukan, dapat menjadi lebih efisien jika memanfaatkan kain sisa produksi “ing Naleni” untuk dijadikan produk baru lagi.

Hasil jadi koleksi Exuberant ing Naleni berupa kimono dan rok untuk wanita dengan dua macam motif, sedangkan untuk pria adalah kemeja lengan pendek dan lengan panjang. Koleksi Svarga ing Naleni adalah dua motif atasan

wanita yang sisanya dijadikan dua atasan untuk pria. Salah satu motifnya adalah juga padu padan dari kain sisa Exuberant ing Naleni. Sayangnya kimono untuk pria yang direncanakan belum diwujudkan.

Hasil Neo Medieval in Naleni hanya berupa outer wanita saja, sedangkan untuk produksi jas pria mengalami hambatan, yaitu tenaga SDM yang tidak memadai dari pihak mitra. Koleksi Cortex ing Naleni yang diproduksi adalah jaket untuk pria yang tersedia dalam dua macam warna, namun *outer* untuk wanita belum diproduksi.



Gambar 15 Hasil Outer Neo Medieval in Naleni  
Sumber: dokumentasi Luri Renaningtyas



Gambar 16 Hasil Jadi Cortex Ing Naleni untuk Pria  
Sumber: dokumentasi Luri Renaningtyas



Gambar 17 Pemanfaatan Kain Sisa Produksi untuk Terusan dan Tepak  
Sumber: Lilik Solikati

Pada saat proses produksi, mitra melakukan eksperimen dengan bahan kain, warna, teknik *shibori* dan *tie dye* sehingga menghasilkan baju atau kain dengan berbagai macam motif dan warna. Setelah menentukan kain yang sesuai untuk diproduksi, kain-kain lainnya yang tidak dipilih nantinya dapat langsung dijual atau dipergunakan sebagai bahan untuk koleksi selanjutnya. Sementara itu, baju hasil eksperimen ini juga sudah laku terjual sehingga tidak ada baju maupun kain yang terbuang sia-sia, karena pada akhirnya dapat menghasilkan laba bagi Naleni Kain yang hingga saat ini telah memproduksi sebagai berikut.

1. Satu Kimono, satu rok asimetris, dua kemeja dengan tema Exuberant yang diberi nama Exuberant in Naleni.
2. Dua outer Neo Medieval in Naleni (satu terjual).
3. Top Svarga in Naleni (terjual).
4. Dua terusan dari kain sisa produksi (terjual).
5. Satu tepak serba guna dari kain sisa produksi.

#### D. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Naleni Kain cukup berperan aktif dalam proses produksinya, mulai dari eksperimen pengembangan kain dengan teknik *shibori* atau *tie dye*, hingga model potongan polanya. Kain sisa dari proses tersebut oleh Naleni Kain dijual kembali, sehingga pemilik sebenarnya sudah belajar bagaimana cara untuk berbisnis yang baik (potensi berkelanjutan). Selama pelaksanaan abdimas ini terdapat kendala pandemi yaitu



minimnya tatap muka yang mengurangi rasa komitmen bersama, proses produksi menjadi kian melambat, dan akhirnya ada beberapa baju yang belum diproduksi hingga tenggat waktu yang direncanakan yaitu *outer* koleksi Cortex ing Naleni, kimono koleksi Svarga ing Naleni dan blazer koleksi Neo Medieval ing Naleni. Meskipun demikian setelah diadakannya proyek abdimas ini, omset Naleni Kain mengalami peningkatan dan hal tersebut menjadi motivasi tersendiri bagi yang bersangkutan untuk menjalankan bisnisnya. Lilik semakin produktif untuk memajukan Naleni Kain dengan membuat aksesoris juga seperti tas ransel, tempat pensil dan tempat *make up*. Promosi utama yang paling efisien masih melalui WhatsApp dengan menggunakan foto maupun video produk, dilengkapi dengan beberapa unggahan di Instagram. Sementara itu juga Lilik tetap melayani jasa jahit dan pembuatan kain sesuai dengan permintaan pelanggan di kawasan Siwalankerto, bahkan produk aksesorisnya makin meluas hingga Papua. Naleni Kain mendapatkan peningkatan omset 2–4 juta per bulan setelah mengikuti proyek abdimas ini.

Agar jenama Naleni Kain dapat makin dikenal di masyarakat luas, sebaiknya kegiatan abdimas selanjutnya dilakukan secara daring. Pendampingan intensif yang berfokus pada potensi Naleni Kain dengan SDM yang ada, misalnya supaya ada unggahan rutin setiap hari di Instagram namun tetap mempertahankan WhatsApp sebagai media utama untuk transaksi jual belinya, serta lebih konsisten menampilkan karakter Naleni Kain di setiap desain produknya, meskipun efisiensi (produk baru dari kain sisa) yang dilakukan bersifat fleksibel pada desain bajunya. Pihak mitra harus memahami pola pikir desain dan berkomitmen untuk melakukan semua hal tersebut agar tetap bersaing di pasar dan dikenal di masyarakat luas.

## E. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Lilik Solikati selaku pemilik Naleni Kain yang berusaha untuk tetap berkomitmen melaksanakan abdimas di kala pandemi. Terima kasih kepada LPPM Universitas Kristen Petra yang responsif mengarahkan, memfasilitasi dosen untuk berkembang dan bisa berguna untuk masyarakat. Terima kasih kepada DFT dan DKV UKP serta mahasiswa anggota pelaksana abdimas untuk dukungannya selama kegiatan ini berlangsung.

## F. DAFTAR RUJUKAN

- <sup>1</sup> Bekraf. (2019). *Tren*. Retrieved from trendforecasting.id: <https://trendforecasting.id/singularity-section/tema-impulse-book-2>.
- Encyclopedia Britannica. (2020, May 22). *Social Movements & Trends*. Diambil kembali dari Britannica: <https://www.britannica.com/topic/hippie>.
- <sup>1</sup> Godoy, T. & Vartania, I. (2007). *Harajuku Made Me Do It*. Dalam T. Godoy, *Style Deficit Disorder: Harajuku Street Fashion - Tokyo* (Hlm. 10–13). San Francisco: Chronicle Books.
- <sup>1</sup> Hopkins, J. (2011). *Military Dress and Uniforms*. Dalam J. Hopkins, *Basic Fashion Design 07: Menswear* (hal. 26–29). Lausanne: AVA Publishing.
- <sup>2</sup> Kim, E., Fiore, A. M., & Kim, H. (2011). *Fashion Trends*. London: Bloomsbury Publishing Plc.
- <sup>1</sup> Kwanda, C. (2019). *Perancangan Visual Branding sebagai Pendukung Promosi Produk Batik Ikat Celup UMKM Siwalankerto Surabaya*. Surabaya: Petra Christian University.
- <sup>1</sup> Pioch, N. (2002, October 14). *Futurism*. Diambil dari Ibiblio.Org: [Http://Www.Ibiblio.Org/Wm/Paint/Glo/Futurism/](http://Www.Ibiblio.Org/Wm/Paint/Glo/Futurism/).

- Renaningtyas, L., Febriani, R., & Damajanti, M. N. (2020). *Implementasi Trendforecast ke Dalam Pengembangan Desain Busana Naleni Kain di Siwalankerto*. Surabaya: LPPM Universitas Kristen Petra.
- 5 Renaningtyas, L., Febriani, R., & Damajanti, M. N. (2021). Improving Naleni Kain's Clothing Design by Implementing Fashion Trend Forecast. *Proceedings of the 3<sup>rd</sup> International Conference on Arts and Design Education* (Pp. 139-145). Bandung: Atlantis Press.
- 1 Setyanto, D. W. (2015). Makna dan Ideologi Punk. *Andharupa*, 51–58.
- Solikati, L. (2021, 4 30). Wawancara Mengenai Evaluasi Hasil Abdimas. (L. Renaningtyas, Interviewer).

Luri Renaningtyas, Maria Nala Damajanti, Rika Febriani / Pengembangan Produk Fesyen untuk UKM Nalen Kain di Siwalankerto Surabaya / LeECOM, Vol. 4, No. 1, Mei 2022, pp. 13–26

# Jurnal leecom

## ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

repository.petra.ac.id

Internet Source

2%

2

Submitted to Nottingham Trent University

Student Paper

<1%

3

jurnal.uns.ac.id

Internet Source

<1%

4

www.coursehero.com

Internet Source

<1%

5

Submitted to RMIT University

Student Paper

<1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 5 words

Exclude bibliography On