

ABSTRAK

Industri tata busana termasuk salah satu bidang usaha kreatif yang berkembang di Indonesia, bertujuan pada tahun 2020 Indonesia menjadi kiblat fashion busana muslim dan 2020 Indonesia menjadi kiblat fashion konvensional dunia. Lia Mustafa adalah salah satu desainer nasional yang memelopori perkembangan fashion Indonesia, ia menyadari bahwa agar mampu bersaing harus memiliki karya yang unik dan konsisten. Inovasi adalah hal yang tidak dapat dipisahkan dari industri fashion. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ia melakukan inovasi produk dan inovasi proses produksi untuk memasarkan produknya, yaitu dengan cara memproduksi motif batik kontemporer, mengkreasikan busana rajut, inovasi pada proses membatik, dan menguatkan label usahanya. Hasil penelitian juga menjelaskan mengenai dinamika proses inovasi yang dilakukan, yang bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan penempatan citra merek positif di pasaran. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi menggunakan satu kasus tunggal. Hasil penelitian diperoleh dari hasil wawancara mendalam, observasi, dan data pendukung mengenai responden. Penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan saran bagi responden agar mampu mengembangkan usahanya di masa depan.

Kata kunci : fashion designer, proses inovasi

ABSTRACT

The fashion industry is one of the most creative business that develops in Indonesia, aiming at 2020 Indonesia becoming the fashion of Modest clothing and at 2020 Indonesia becoming the world's conventional fashion. Lia Mustafa is the national famous fashion designer who pioneered the movement in Indonesia's fashion, she realized that a fashion designer needs to have unique and consistent work in order to have her own place in fashion industry. The result of this research showed that she built her market by doing innovative processes in product innovation and production process innovation, that is by producing modern batik motifs, creating knitting clothing, innovation on Batik process, and strengthening her fashion label. The results also explain the dynamics of the innovation process undertaken, which aims to find out the marketing strategy and the placement of a positive brand image in the market. This research is qualitative research with phenomenology approach using single case. The results obtained from deeply interviews, observations, and analyzing supporting data about respondent. This research can be used to provide suggestion for respondent to be able to more develop her business in future.

Keywords : *fashion designer, innovation process*