



Strategi Pemanfaatan Pantun Dalam Menghasilkan Motif Baju Kaus

Nofri Duino Zora, Ferdinal, M.Fedro Syafiola
Universitas Andalas, Indonesia

Kata Kunci

Kata kunci: Pantun
Minangkabau, Motif baju
Kaus, UKMKM, Pantai
Gandoriah

Abstrak

Penelitian ini mengkaji strategi pemanfaatan pantun Minangkabau dalam menciptakan motif baju kaus sebagai upaya meningkatkan kreativitas UMKM (Usaha Mikro kecil dan Menengah) di kawasan Pantai Gandoriah, Kota Pariaman. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, studi ini menganalisis potensi integrasi elemen budaya lokal ke dalam produk fashion modern. Fokus utama adalah penciptaan pantun bertema keindahan Pantai Gandoriah yang diaplikasikan sebagai motif pada baju kaus dan tas jinjing. Strategi yang diusulkan meliputi penciptaan pantun pendek, pemilihan gradasi warna yang menarik, dan tata letak yang estetis. Target pasar utama adalah wisatawan muda yang mengunjungi Pantai Gandoriah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi antara warisan budaya dan industri kreatif ini berpotensi tidak hanya mempromosikan nilai-nilai budaya lokal, tetapi juga membuka peluang ekonomi bagi pelaku UMKM. Studi ini menyimpulkan bahwa strategi ini dapat menjadi model positif pengembangan budaya lokal yang berkontribusi pada pertumbuhan industri dan kesejahteraan masyarakat.

Keywords

Keywords: Fashion
Minangkabau, Motif shirt,
UKMKM, Gandoriah
Beach

Abstract

This research examines the strategy of utilizing Minangkabau pantun in creating T-shirt motifs as an effort to increase the creativity of MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) in the Gandoriah Beach area, Pariaman City. Using a descriptive qualitative approach, this study analyzes the potential integration of local cultural elements into modern fashion products. The main focus is the creation of rhymes themed on the beauty of Gandoriah Beach that are applied as motifs on T-shirts and tote bags. The proposed strategy includes the creation of short rhymes, selection of attractive color gradations, and aesthetic layout. The main target market is young tourists who visit Gandoriah Beach. The results show that this collaboration between cultural heritage and creative industry has the potential to not only promote local cultural values, but also open up economic opportunities for MSME players. The study concludes that this strategy can be a positive model of local cultural development that contributes to industry growth and community welfare.

*Corresponding Author Nofri Duino Zora, 123Universitas Andalas, Indonesia
Email: nofriduinozora.1810742031@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.29303/jseh.v11i1.758>

History Artikel:

Received: 15 Februari 2025 | Accepted: 27 Maret 2025

PENDAHULUAN

Strategi menciptakan motif baju kaus lewat pantun dapat meningkatkan ide kreasi bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Saat ini, industri fesyen telah menjadi fokus utama kalangan muda. Tidak lagi menjadi hal diabaikan, fesyen menjadi pembicaraan hangat kalangan generasi masa kini. Selayaknya keinginan yang harus dipenuhi, menjadi beban fisik dan mental jika tidak terpenuhi (Zalnur, 2017). Mereka berlomba-lomba untuk tampil beda dan memikat hati dengan gaya fesyen terkini yang sesuai dengan perkembangan zaman. Perkembangan industri fesyen di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir (Kementerian Perindustrian RI, 2019). Menurut data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), subsektor fesyen memberikan kontribusi sebesar 18,15% terhadap PDB ekonomi kreatif pada tahun 2018 (Bekraf, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa industri fesyen memiliki potensi besar untuk dikembangkan, terutama oleh UMKM.

Penggunaan elemen budaya lokal, seperti pantun, dalam desain fesyen dapat menjadi strategi diferensiasi yang efektif bagi UMKM (Nursari & Hervianti, 2017). Selain itu, integrasi unsur tradisional ke dalam produk modern dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar global sambil tetap mempertahankan identitas budaya (Hidayat & Asmawi, 2020).

Dalam praktiknya, kolaborasi antara pantun Minangkabau bertemakan pantai Gandorih dengan produk kaus berfokus pada visualisasi deretan pantun yang menghibur konsumen, melalui serangkaian kata yang menggunakan bahasa khas Minangkabau. Pantun adalah salah satu jenis puisi lama yang sangat luas dikenal dalam bahasa Nusantara. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, (2008:1017) Pantun adalah bentuk puisi Indonesia (Melayu), tiap bait (kuplet) biasanya terdiri atas empat baris yang bersajak (a-b-a-b), tiap larik biasanya terdiri atas empat kata, baris pertama dan baris kedua biasanya untuk tumpuan (sampiran) saja dan baris ketiga dan keempat merupakan isi. Menurut Navis (dalam Almos, 2014) Pantun ialah kesusastraan Minangkabau yang penting. Ia berubah menjadi bunga kaba, buah bibir, dan hiasan pidato.

Semua orang berpantun, berbicara saat menjajal jualan, atau meratap dan berdendang.

Studi ini bertujuan untuk menerapkan pantun sebagai elemen desain pada produk kaus, dengan harapan meningkat produktivitas baju kaus bagi pelaku UMKM khususnya di kawasan Pantai Gandorih, Kota Pariaman. Selain itu, produk ini juga diharapkan dapat menjadi oleh-oleh bagi wisatawan dengan desain yang menarik dan harga yang terjangkau. Desain produk yang menarik diharapkan dapat memikat selera pembeli. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pantun yang akan diaplikasikan ke dalam produk kaus merupakan pantun yang diciptakan sendiri, akan tetapi tidak menghilangkan esensi dari pantun tersebut. Disini patut ditekankan bahwa pantun yang diciptakan disesuaikan dengan selera kawula muda.

Namun, penting untuk diakui bahwa tujuan baik itu tidak akan terlaksana sepenuhnya tanpa dukungan yang kuat dari pemerintah setempat. Pengembangan sektor wisata meningkatkan pendapatan masyarakat (Sumatera Barat) karena akan lahir lapangan pekerjaan baru, jasa transportasi, devisa dan memperkuat rupiah (Besra, 2012). Faktanya, pemanfaatan potensi wisata, meskipun sangat besar, belum sepenuhnya terwujud. Nurul Huda (2023) menyebut bahwa sektor kerajinan tangan, fesyen, kuliner merupakan sektor yang perlu dikembangkan lagi oleh pemerintah Kota Pariaman untuk meningkatkan pengelolaan ekonomi kreatif.

Hasil Observasi yang telah dilakukan di Pantai Gandorih, bahwa sampai saat ini produk-produk distro yang secara eksplisit mengangkat kebudayaan lokal masih minim, khususnya produk distro yang menggaungkan pantai Gandorih. Menjurus motif-motif pada baju kaus, pantun bertemakan pantai Gandorih dapat menjadi jalur alternatif. Beberapa ide untuk meningkatkan ekonomi kreatif di Kota Pariaman dapat diwujudkan melalui pengembangan sektor pariwisata di kawasan pantai Gandorih salah satunya adalah menciptakan motif-motif kaus yang terinspirasi dari pantun-pantun Minangkabau bertema keindahan pantai Gandorih.

Pemilihan Pantai Gandorih sebagai sampel dari riset ini adalah pantai Gandorih ramai dikunjungi bagi pelancong khususnya

Sumatera Barat. Berwisata ke Sumatera Barat tidak lengkap tanpa mengunjungi kota Pariaman. Terletak di pantai barat Sumatera, Pariaman tidak hanya memainkan peran penting dalam sejarah perkembangan Islam di Minangkabau, tetapi juga menawarkan keindahan dan keelokan alam yang memanjakan mata. Dikelilingi pesona pantai yang menakjubkan, Pariaman telah menjadi tujuan favorit bagi para wisatawan mencari ketenangan dan keindahan alam memesona di Sumatera Barat. Berwisata merupakan kegiatan menghibur diri. Pariwisata mencakup berbagai elemen terkait, termasuk wisatawan, tujuan wisata, perjalanan, industri, dan aktivitas lain yang membentuk kegiatan pariwisata (Devi, 2017). Menurut Undang-undang No. 10 tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Maka kegiatan berwisata adalah pergi mengunjungi kepada suatu tempat, sehingga mendapatkan ketenangan jiwa.

Keberadaan destinasi wisata ini tidak hanya memberikan manfaat bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), tetapi juga menjadi salah satu daya tarik utama Kota Pariaman. Jumlah usaha kecil di Kota Pariaman lebih besar daripada usaha menengah (Haryati, 2016). Selain itu, Menurut Arivetullatif (2022) menyatakan bahwa Kota Pariaman memiliki potensi dan daya saing yang kuat dalam industri kreatifnya. Ini disebabkan oleh sumber daya manusia inovatif yang membantu mengembangkan ekonomi masyarakat. Kerajinan keramik, bordir, dan sulaman makanan adalah beberapa produk unggulan terbaik. Dilihat dari data di atas strategi pemanfaatan pantun Minangkabau sebagai motif baju kaus berpeluang besar dari segi bisnis.

Pemanfaatan pantun pada baju kaus tidak baru diperkenalkan, pernah diaplikasikan pada produk distro, mempopulerkan pantun Betawi melalui produk distro. Pengembangan sastra (pantun) berbahasa Betawi aplikasikan ke dalam baju kaus, topi, syal, tas ransel, sepatu, dompet, ikan pinggang, sweater, cardigan, dan sandal, kemudian dipadukan dengan ilustrasi, tipografi dan warna yang menarik (Nurhablisyah, 2013:45). Kemudian penelitian berkaitan

dengan objek dilakukan sebagai berikut; (1) Industri Kreatif Berbasis Bahasa dan Sastra, berupa olah kata dan bahasa diaplikasikan ke dalam tas, topi dan sweater (Hartati, 2023); (2) Tradisi lisan parikan dalam desain grafis kaos wisata Jawa Timur (Jupriono, 2016).; (3) Tindak tutur bahasa Indonesia pada wacana grafiti kaos “jogger” Bali (Erliani, 2013); (4) Produk kata-kata industri kreatif cak cuk kata kata kota kita: kajian etnolinguistik (Marawiranu, 2016); (5) Pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia di era revolusi industri 4.0 (Polii, 2020).

Pemanfaatan pantun Minangkabau bertemakan pantai Gandorih dalam produk kaus merupakan langkah yang kreatif dan inovatif dalam menggabungkan warisan budaya dengan industri kreatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan kepada langkah strategis kepada pelaku UMKM untuk menciptakan motif baju kaus. Strateginya meliputi; (1) penciptaan pantun Minangkabau; (2) memilih pantun dengan kata-kata pendek; (3) gradasi warna pada baju kaus; (4) kemudian tata letak pantun sebagai motif. Melalui kolaborasi ini, tidak hanya nilai-nilai seni dan budaya lokal dapat dipromosikan secara lebih luas, tetapi juga memberikan peluang ekonomi bagi pelaku ekonomi kreatif. Berkaca entrepreneur, orang Minangkabau memiliki jiwa yang berani mengambil tantangan, ulet, penuh perhitungan, tanggung jawab, cerdas, konsisten serta bertanggungjawab (Hastuti, 2015). Dengan demikian, langkah ini dapat menjadi contoh positif bagaimana pengembangan budaya lokal dapat berkontribusi pada pertumbuhan industri serta kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Oleh sebab itu, penelitian ini berupa serangkaian konsep ide yang dapat diterapkan bagi pelaku UMKM. Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan meningkatkan produktivitas bagi pelaku UMKM bidang *fashion*.

METODE PENELITIAN

Pantun adalah bentuk puisi tradisional dari masyarakat Melayu yang terdiri dari empat baris. Biasanya, pantun memiliki pola a-b-a-b, di mana baris kedua dan keempat berima, sedangkan baris pertama dan ketiga tidak berima. Pantun dijadikan sebagai media komunikasi. Mengekspresikan pikiran dan perasaan pantun menjadi alternatif. Sebagai

jenis puisi lama yang sangat luas dan dikenal dalam bahasa nusantara. Setiap daerah memiliki kekhasan masing-masing terutama di Minangkabau.

Pantun merupakan karya sastra. Karya sastra dan masyarakatnya tidak dapat dipisahkan. Ferdinal (2021) menyebutkan sastra dan masyarakat adalah cara melihat masalah masyarakat. Selain berfungsi sebagai hiburan, sastra dapat mewakili masalah politik dan sosial. Dalam kasus ini pantun berbahasa Minangkabau diciptakan sendiri yang merujuk kepada pesona pantai Gandoriah, kemudian pantun itu diaplikasikan ke dalam baju kaus, sehingga pantun itu terkonsep sebagai motif.

Dalam hal ini pantun yang digunakan dalam menciptakan motif kaus adalah pantun pendek-pendek. Hal ini bertujuan untuk memberikan estetika terhadap motif yang diciptakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam sastra tradisional dan budaya Minangkabau, pantun ditempatkan pada kedudukan istimewa. Dipandang sebagai bentuk ekspresi budaya yang mendalam, pantun tidak hanya dianggap sebagai karya seni yang berirama, tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Budaya Minangkabau, dengan kekayaan bahasa dan kepekaan estetikanya, menempatkan pantun pada posisi yang tinggi dalam hierarki seni mereka.

Pantun di Minangkabau tidak sekadar untaian kata-kata yang berima, melainkan juga mengandung makna yang mendalam dan luas. Pantun memungkinkan masyarakat Minangkabau untuk menyampaikan pikiran dan perasaan mereka serta berkomunikasi satu sama lain (Gani, 2012).

Setiap bait pantun dapat diinterpretasikan dengan berbagai cara dan tingkatan pemahaman, memberikan kesempatan bagi pembaca atau pendengarnya untuk merenungkan dan menghayati pesan yang disampaikan. Sebagai bentuk seni lisan yang telah terbukti bertahan hingga masa kini, pantun di Minangkabau menghadirkan warisan kebijaksanaan dan kearifan lokal yang tak ternilai.

Melirik kepada fungsi pantun dalam

budaya minangkabau sebagai media penasehatan atau pantun nasehat.

Contohnya:

*Jawi malanguah dalam bajak
kudo merengek dalam kandang
sabalun abih elok diagak
usah manyasa di balakang.
(Jamil Bakar, 1981:30).*

Dalam perannya sebagai penasehat, pantun digunakan untuk memberikan nasihat, sindiran, atau peringatan kepada individu atau masyarakat secara umum. Pesan-pesan moral yang terkandung dalam pantun sering kali ditujukan untuk memperbaiki perilaku, meningkatkan kesadaran, atau menginspirasi orang-orang agar hidup lebih baik sesuai dengan nilai-nilai tradisional Minangkabau.

Tidak hanya sebagai sarana penyampaian pesan, pantun di Minangkabau juga memiliki fungsi sosial yang penting. Pantun sering digunakan dalam berbagai acara adat, perayaan, atau pertemuan masyarakat sebagai sarana hiburan, permainan kata-kata, atau untuk memperkuat hubungan sosial antara individu atau kelompok. Di tengah keceriaan dan kehangatan suasana, pantun juga bisa menjadi alat untuk menyindir secara halus, mengungkapkan keinginan, atau memperkuat ikatan emosional antara sesama.

Dengan kekayaan budaya, pantun di Minangkabau telah identitas bagi kehidupan masyarakat. Pemilihan diksi yang baik, pantun mampu menggugah perasaan, merangsang pikiran, dan memberikan inspirasi yang mendalam bagi siapa pun yang menyimakinya. Sebagai perwujudan nilai-nilai budaya dan kearifan lokal, pantun di Minangkabau terus menjadi warisan yang berharga dan patut dilestarikan hingga generasi-generasi mendatang.

Dewasa ini, pantun menjadi sesuatu yang dapat dikatakan sukar dikalangan muda, memudarnya kesukaan mereka terkait pantun. Hal ini perlu dilakukan strategi untuk memperkenalkan pantun bagi generasi muda.

Salah satu untuk memperkenalkan kepada generasi z adalah dengan mengaitkan pada dunia industri, yakni mengaplikasikan ke baju kaus dan totebag (tas jinjing). Sebagai bentuk mengaplikasikan dua cabang ilmu yang berbeda,

sastra dan industri.

Pengaplikasian Pantun Minangkabau dalam Produk Baju Kaus dan Totebag (Tas Jinjing)

Pantun Minangkabau bertemakan keindahan pantai Gandoriah diciptakan sesuai kebutuhan. Hasil penciptaan pantun diaplikasikan ke dalam baju kaus dan totebag (tas jinjing). Menggunakan software tertentu pantun dapat diaplikasikan ke dalam produk kaus, untuk menambah nuansa estetika, dapat memilih style tulisan, ukuran, ketebalan dan warna sesuai selera. Pengembangan produk ini dapat dilakukan kapan pun, peningkatan kreativitas pencipta mempengaruhi produktivitas.

Untuk meningkatkan kualitas produk, para desainer perlu menganalisa perkembangan dunia fesyen hari ini, pengaplikasian pantun telah banyak diaplikasikan ke dalam motif baju kaus. Inovasi produk tetap diutamakan. Hal ini menjadi penting karena Inovasi yang melibatkan analisis peluang mempengaruhi variabel usaha, menentukan apa yang harus dilakukan untuk memenuhi peluang secara sederhana dan terarah, mulai dari yang kecil (Hadiati, 2011). Pantun diciptakan sendiri, dengan mode pantun yang pendek suku kata. Pantun yang diciptakan berbahasa Minangkabau dan bertemakan eksotisme pantai Gandoriah.



Gambar 1. Pantun Minangkabau diaplikan ke baju kaus



Gambar 2. Pantun Minangkabau diaplikasikan ke baju kaus



Gambar 3. Pantun Minangkabau diaplikasikan ke tas jinjing

Untuk motif baju kaus warna abu-abu dan merah merupakan desain sederhana memanjakan mata, kombinasi warna putih pada tulisan “gandoriah” memberikan kesan elegan. Kemudian pada bagian belakang terdapat tulisan pantun Minangkabau berwarna hitam menambah estetika motif.

Untuk motif baju kaus berwarna hitam, menggunakan motif tulisan pantun Minangkabau berwarna putih di bagian tengah dada, pada bagian belakang baju terdapat motif bertuliskan “den lah ka Gandoriah”. Pemilihan warna hitam dan tidak banyak corak disesuaikan dengan trend anak muda (monochrome).

Produk-produk telah menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya fesyen urban. Kaus, kemeja, tas, jaket, topi, dan sejumlah aksesoris lainnya seperti dompet, ikat pinggang, syal, hingga sepatu dan sandal, semuanya merupakan item yang umum ditemukan dalam berbagai

Distros. Namun, untuk membedakan diri dari kompetisi dan menarik minat konsumen, setiap produk Distros harus memiliki keunggulan dan identitas yang unik, salah satunya melalui desain yang khas dan berbeda.

Mengintegrasikan pantun Minangkabau ke dalam desain produk Distros dapat menjadi strategi alternatif yang menarik. Pantun Minangkabau, dengan keindahan bahasa dan nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya, memberikan identitas tersendiri yang dapat memperkaya dan membedakan produk. Desain yang terinspirasi dari pantun Minangkabau tidak hanya menciptakan estetika tetapi juga mempersembahkan kekayaan budaya yang memicu rasa kebanggaan pada konsumen yang memiliki kedekatan dengan budaya Minangkabau. Dalam hal ini pantun diterapkan pada motif baju kaus dan tas jinjing. Jenis pantun yang diintegrasikan ke dalam produk ini adalah pantun dengan jumlah suku kata yang sedikit, hal ini akan mempengaruhi kesesuaian dan ketepatan suku kata pantun. Tidak hanya itu, gradasi warna pada motif menjadi daya tarik besar dalam menghasilkan motif baju kaus.

Dengan menghadirkan pantun Minangkabau dalam desain produk Distros, tidak hanya memberikan nilai tambah dalam segi estetika dan keunikannya, tetapi juga memperkenalkan pantun sebagai salah satu sastra lisan di Minangkabau. Pantun merupakan salah satu sastra lisan, hadir jauh sebelum sastra tulis dikenal (Ananda, 2020). Sampai saat ini sastra lisan Minangkabau masih hidup (bertahan) karena (masih) berfungsi sebagai sastra (Anwar, 2017). Penggunaan kaus atau totebag yang memuat desain pantun Minangkabau tidak hanya mencerminkan apresiasi terhadap nilai estetika seni dan budaya lokal, tetapi juga merepresentasikan partisipasi aktif dalam pelestarian serta promosi warisan budaya yang bernilai bagi generasi mendatang

Target Pasar

Dalam pengembangan ide ini, tentu diperhitungkan target pasar. Menurut Panca Windi (2021) menyatakan bahwa di era digital saat ini, dengan tingkat persaingan bisnis yang tinggi Setiap pelaku usaha harus mempertimbangkan pemasaran, yang merupakan bagian yang sangat penting dari manajemen perusahaan. Sasaran produk ini

adalah pengunjung pantai Gandorih, khususnya remaja Minangkabau menengah ke atas. Melirik dari artikel yang dimuat media online rri.co.id mengatakan bahwa pantai pada dua hari raya idul fitri sebanyak 25 ribu wisatawan berkunjung ke Kota Pariaman, dan Pantai Gandorih menjadi destinasi wisata paling ramai dikunjungi. Data tersebut memberikan gambaran bahwa, secara geografis Pantai Gandorih menjadi andalan bagi wisatawan untuk memanjakan matanya. Pengembangan pantun Minangkabau diaplikasi ke produk baju kaus dapat menjadi oleh-oleh bagi pengunjung.

Selain tempat ramai dikunjungi, Gandorih sebagai tempat dilakukannya tradisi Tabuik. Ritual Tabuik yang digelar sekali dalam setahun itu mampu menarik wisatawan, ribuan wisatawan hadir di pantai Gandorih. Dengan demikian, acara Tabuik tidak hanya menjadi bagian dari tradisi dan budaya lokal, tetapi juga berperan aktif dalam meningkatkan ekonomi lokal dan memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat. Festival Tabuik waktu yang tepat untuk memperkenalkan produk.

KESIMPULAN

Hasil studi ini mengindikasikan bahwa integrasi pantun Minangkabau dalam desain produk distro memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai karya visual yang bernilai komersial. Keunikan budaya lokal tersebut berpeluang diterima oleh kalangan remaja yang menjadi konsumen utama produk-produk distro dalam kehidupan sehari-hari. Pengembangan motif kaus berbasis pantun Minangkabau bertema pantai Gandorih merupakan langkah kreatif dalam menggabungkan warisan budaya dengan industri kreatif. Melalui kolaborasi ini, nilai-nilai seni dan budaya lokal dapat dipromosikan lebih luas, sementara juga memberikan peluang ekonomi bagi masyarakat setempat. Mengangkat pantun Minangkabau dalam desain produk distro tidak hanya memperkaya tampilan secara estetis, tetapi juga turut berperan dalam menjaga dan mengenalkan kekayaan budaya kepada generasi masa depan Oleh karena itu, langkah ini dapat menjadi contoh positif bagaimana pengembangan budaya lokal dapat berkontribusi pada pertumbuhan industri serta

kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Peneliti berharap bahwa produk baju kaus ini dapat mempengaruhi kawula muda, tidak hanya membuat mereka merasa senantiasa keren, dan fashionable, tetapi juga meningkatkan kreativitas, pendidikan, serta pemahaman mereka akan budaya sendiri. Selain itu pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) mendapatkan inspirasi kreatif bidang fesyen sehingga dapat dimanfaatkan dan bernilai jual. Tidak hanya sebatas itu, tentunya pelaku UMKM harus peka dengan perkembangan fesyen, dan peka terhadap kebutuhan dan selera kawula muda.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan artikel ini, terutama Bapak Pramono dan Bapak Surya Selfika yang telah bersedia membantu dalam mendesain produk ini. Dan juga tidak terlepas bimbingan, masukan, dan saran yang membangun dari seluruh dosen Program Studi Magister Susastra, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Andalas.

DAFTAR PUSTAKA

- Almos, R., Pramono, P., & Reniwati, R. (2014). Pantun dan Pepatah-Petitih Minangkabau Berleksikon Flora dan Fauna. *Adabiyat: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 13(2), 300-317.
- Ananda, R., & Hayati, N. (2020). Proses Penciptaan Pantun Dan Talibun Dalam Kabaurang Piaman Dan Implikasinya Dalam Pembelajaran Apresiasi Sastra. *Jurnal Kepemimpinan Dan Pengurusan Sekolah*, 5(2), 138-148.
- Anwar, K. (2017, October). The Economic Strength in Minangkabau Oral Literature. In *Sixth International Conference on Languages and Arts (ICLA 2017)* (pp. 238-242). Atlantis Press.
- Arivetullatif, A., & Ardina, G. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Pariaman. *Ensiklopedia of Journal*, 4(4), 364-371.
- Bakar, J., Esten, M., Surin, A., & Busri, B. (1981). *Sastra lisan Minangkabau: pepatah, pantun dan mantra*. Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.
- Besra, E. (2012). Potensi wisata kuliner dalam mendukung pariwisata di kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 12(1).
- Bekraf. (2019). *Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2018*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif Indonesia.
- Devy, H. A., & Soemanto, R. B. (2017). Pengembangan obyek dan daya tarik wisata alam sebagai daerah tujuan wisata di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal sosiologi dilema*, 32(1), 34-44.
- Erliani, D. D. (2013). Tindak tutur bahasa indonesia pada wacana grafiti kaos "joger" bali.
- Ferdinal, F. (2021). Terror Narrative: Representing State Violence in Modern Indonesian Literature. *OKARA: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 15(2), 109-125.
- Gani, E. (2012). Kajian terhadap landasan filosofi pantun Minangkabau. *Komposisi: Jurnal Pendidikan Bahasa, Sastra, dan Seni*, 10(1).
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 13(1), 8-16.
- Hartati, L., & Rozi, R. (2023). INDUSTRI KREATIF BERBASIS BAHASA DAN SASTRA INDONESIA. *Diglosia: Jurnal Pendidikan, Kebahasaan, dan Kesusastraan Indonesia*, 7(2).
- Haryati, R., & Chandrayanti, T. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL PERKEMBANGAN INDUSTRI KERAJINAN MINANG DI KOTA PARIAMAN. *UNES Journal Of Social and Economics research*, 1(2), 057-066.
- Hastuti, P. C., Thoyib, A., Troena, E. A., & Setiawan, M. (2015). The Minang entrepreneur characteristic. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 819-826.
- Hidayat, M. S., & Asmawi, A. (2020). Pemanfaatan Unsur Budaya Lokal dalam Pengembangan Industri Fesyen Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 45-60.
<https://www.rri.co.id/sumatera-barat/hiburan/220130/pantai-gandoriah-masih-terfavorit-di-pariaman> (diakses pada tanggal 28 Maret 2024, jam 21:02 wib)
- Huda, N., & Rozani, A. (2023). PENINGKATAN KEBIJAKAN TATA

KELOLA EKONOMI KREATIF
DALAM RANGKA PERCEPATAN
PEMBANGUNAN DI KOTA
PARIAMAN. *Journal of Economic
Development*, 1(1), 22-33.

Jupriono, J. (2016). TRADISI LISAN
PARIKAN DALAM DESAIN GRAFIS
KAOS WISATA JAWA TIMUR.
representamen, 2(01).

Kementerian Perindustrian RI. (2019). Analisis
Perkembangan Industri Fesyen di
Indonesia. Jakarta: Kementerian
Perindustrian Republik Indonesia.

Marawiranu, Y. A. (2016). PRODUK KATA-
KATA INDUSTRI KREATIF CAK CUK
KATA KATA KOTA KITA: KAJIAN
ETNOLINGUISTIK (Doctoral
dissertation, UNIVERSITAS
AIRLANGGA).

Mega, M., & Nurhablisyah, N. (2013).
Memopulerkan Pantun Betawi Melalui
Produk Distro. *Jurnal Desain*, 1(01), 45-60.

Nursari, F., & Hervianti, D. F. (2017). Potensi
Pengembangan Motif Lokal dalam Industri
Fesyen Indonesia. *Jurnal Seni dan Desain*,
5(1), 23-35.

Polii, J. (2020). PEMBELAJARAN BAHASA
DAN SASTRA INDONESIA DI ERA
REVOLUSI INDUSTRI 4.0. *The Way:
Jurnal Teologi dan Kependidikan*, 6(1), 71-
94.

Tim Redaksi. 2008. Kamus Besar Bahasa
Indonesia Pusat Bahasa, Edisi Keempat.
Penerbit: Jakarta: PT Gramedia Pustaka
Utama.

Windi, P., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya
perilaku organisasi dan strategi pemasaran
dalam menghadapi persaingan bisnis di era
digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71-
77.

Zalnur, H. (2017). Konsep Dasar Kebutuhan
Manusia Menurut Perspektif Islam *Jurnal
Ekonomi Syariah. Jurnal Ekonomi Syariah*
Vol. 09 No. 05, hlm.32. (ISSN: 2355-2573)