



**AKULTURASI BUDAYA DALAM KIMONO HIJAB DAN
KIMONO ABAYA DI JEPANG**

日本の着物ヒジャブと着物アバヤにおける文化変容

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Studi S-1 Bahasa dan Kebudayaan Jepang

Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro

Oleh:

Naura Hani Ramadhini

NIM 13020220140099

PROGRAM STUDI S-1 BAHASA DAN KEBUDAYAAN JEPANG

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan sejujurnya, penulis menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya sendiri, tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan serta belum pernah diajukan pada institusi mana pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 29 Agustus 2025

Penulis,



Naura Hani Ramadhini

NIM 13020220140099

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul *Akulturasi Budaya dalam Kimono Hijab dan Kimono Abaya di Jepang* ini telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk diajukan kepada tim penguji skripsi pada

hari : Jumat
tanggal : 29 Agustus 2025

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing



Ichlasul Ayyub, S.S., M.Si

NPPU. H.7.199401302023071001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Naura Hani Ramadhini
NIM : 13020220140099
Program Studi : Bahasa dan Kebudayaan Jepang
Judul Skripsi : Akulturasi Budaya dalam Kimono Hijab dan Kimono Abaya di Jepang

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai salah satu persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Bahasa dan Kebudayaan Jepang, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro.

Ditetapkan di: Semarang
Tanggal : 12 September 2025

Tim Penguji Skripsi

Ketua Penguji
Ichlasul Ayyub, S.S., M.Si.
NPPU. H.7.199401302023071001

Dosen Penguji I
Arsi Widiandari, S.S., M.Si.
NPPU. H.7.198606112021042001

Dosen Penguji II
Dewi Saraswati Sakariah, S.S., M.Si.
NPPU. H.7.199004022021042001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Budaya



Dr. Nurul Huda, S.S., M.Hum.
NIP 19611191998021002

MOTTO

“Skripsi ini bukan karena jenius, tapi karena nggak nyerah.”

KATA PENGATAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul *Akulturası Budaya dalam Kimono Hijab dan Kimono Abaya di Jepang*. Skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dan arahan berbagai pihak. Oleh karena itu, setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Alamsyah, S.S., M.Hum. selaku dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro.
2. Ketua Program Studi S1 Bahasa dan Kebudayaan Jepang, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro, Zaki Ainul Fadli, S.S., M.Hum.
3. Ichlasul Ayyub, S.S., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, waktu, dan kesabarannya selama ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah diberikan.
4. Budi Mulyadi, S.Pd., M.Hum. selaku dosen wali. Terima kasih banyak atas arahan dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Seluruh dosen dan karyawan program studi S1 Bahasa dan Kebudayaan Jepang, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro. Terimakasih atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama ini.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk penulis sendiri sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana di Universitas Diponegoro. Berkat rahmat dan kuasa dari Allah SWT. Yang memberikan kekuatan untuk penulis menyelesaikan skripsi ini, serta sebagai pihak yang telah memberikan dukungan, semangat, bimbingan, dan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu :

1. Ayah, Ibu, dan Eyang yang selalu senantiasa memberikan doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasihat, serta kasih sayang kepada penulis. Terima kasih atas segala ketenangan, kenyamanan, dan finansial yang telah disisihkan, sehingga penulis bisa menyelesaikan masa studi dengan skripsi ini.
2. Ichlasul Ayyub, S.S., M.Si. atau Ayyub Sensei selaku dosen pembimbing dalam penyusunan Skripsi ini. Terima kasih banyak atas kesabaran, waktu, saran serta segala bantuan yang telah Ayyub Sensei berikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi serta melewati sidang yang harus dilalui. Terima kasih telah menjadi pembimbing yang sangat baik untuk penulis.
3. Rifdah Setianingtyas, selaku kakak penulis yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan saran kepada penulis dalam menjalani kehidupan terutama saat menyelesaikan skripsi.
4. Nisrina Tri Khalisa, selaku adik penulis yang selalu menemani, menyemangati dan memberikan pengertian kepada penulis hingga penulis dapat dengan nyaman menyelesaikan skripsi.

5. Regita Nisrina Cahyanie, selaku sahabat dekat penulis yang selalu hadir menemani dalam suka dan duka, memberikan motivasi, semangat, serta arahan selama masa perkuliahan. Terima kasih telah menjadi *support system* terbaik dan bagian penting dalam perjalanan ini yang tidak hanya menemani langkah ini, tetapi juga ikut mewarnai dan menguatkan setiap proses yang dilalui.
6. Adinda Arumpinasih, Nada Yori Amelinda, Wulan Sekarani, selaku teman dekat penulis yang telah menjadi keluarga kedua selama perjuangan di perantauan, kehadiran kalian adalah bagian terindah dari perjalanan ini.
7. Teman-teman BKJ angkatan 2020 yang telah menjadi teman seperjuangan selama masa perkuliahan dari awal hingga akhir.
8. Naura Hani Ramadhini, selaku diri sendiri. Terima kasih telah memilih untuk terus semangat dan tidak menyerah dalam menjalani kehidupan, baik selama masa perkuliahan maupun dalam menghadapi masa depan yang penuh ketidakpastian.

Semarang, 29 Agustus 2025

Penulis,



Naura Hani Ramadhini

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
KATA PENGATAR	v
PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	16
1.5 Metode Penelitian.....	16
1.6 Manfaat Penelitian	19
1.7 Sistematika Penelitian	19
BAB II	20
TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
2.2 Landasan Teori	24
2.2.1 Akulturasi.....	24
2.3 Sejarah Kimono.....	27
2.4 Sejarah Hijab dan Abaya.....	32
2.4.1 Hijab.....	32
2.4.2 Abaya	33

BAB III.....	36
PEMBAHASAN	36
3.1 Perkembangan Busana Muslim di Jepang	40
3.1.1 <i>Xiaxia Hijab Japan</i>	47
3.1.2 <i>Watasi Japan LLC</i>	49
3.2 Akulturasi Budaya Busana Muslim dan Busana Jepang pada Produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya.....	51
3.2.1 <i>Xiaxia Hijab Japan</i>	51
3.2.1.1 Proses Pembuatan Kimono Hijab dan Kimono Abaya <i>Xiaxia Hijab Japan</i>	54
3.2.1.2 Hasil Produk dan Analisis Motif dari Merek <i>Xiaxia Hijab Japan</i>	59
3.2.2 <i>Watasi Japan LLC</i>	66
3.2.2.1 Proses Pembuatan Kimono Hijab dan Kimono Abaya <i>Watasi Japan LLC</i>	69
3.2.2.2 Hasil Produk dan Analisis Motif dari Merek <i>Watasi Japan LLC</i> ..	73
BAB IV	83
PENUTUP.....	83
要旨	85
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	92
BIODATA PENULIS.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Wisatawan Jepang.....	2
Gambar 1. 2 Survei Dentsu “What People Expect From Japan When Traveling Abroad”	3
Gambar 1. 3 Kuil <i>Kinkaku-ji</i>	4
Gambar 1. 4 Jumlah Wisatawan Jepang dari Negara Mayoritas Muslim	6
Gambar 1. 5 Jumlah Restoran yang Menyediakan Menu Halal per Oktober 2017	8
Gambar 1. 6 Penginapan Satayu Mukashibanashi Yuzanso.....	9
Gambar 1. 7 Kimono Hijab Karya <i>Watasi Japan LCC</i> dan Kimono Abaya Karya <i>Xi Xia Hijab Japan</i>	11
Gambar 1. 8 Contoh Pemakaian Hijab.....	12
Gambar 1. 9 Abaya.....	13
Gambar 1. 10 Kimono	14
Gambar 2. 1 Periode Heian: Kosode dikenakan di bawah pakaian bangsawan....	28
Gambar 2. 2 Kosode Periode Muromachi hingga periode Momoyama.....	28
Gambar 2. 3 Kosode akhir pertengahan periode Edo	29
Gambar 2. 4 Periode Meiji hingga Showa: Kimono Tradisional	30
Gambar 2. 5 Kimono Kontemporer	31
Gambar 2. 6 Abaya Tradisional by Sana Khan	34
Gambar 3. 1 Proses Pencucian Kimono Antik	54
Gambar 3. 2 Proses Pembongkaran Kimono Antik dan Penjahitan menjadi Hijab dan Abaya.....	55
Gambar 3. 3 (Kimono Hijab Square) Chrysanthemum and Gold paint patterns ..	60
Gambar 3. 4 (Kimono Hijab) Kaga Yuzen	61
Gambar 3. 5 (Kimono Hijab Square) Flowers and Old Japanese Garden pattern ..	62
Gambar 3. 6 (Kimono Abaya) Sakura and snow ring patterns	63
Gambar 3. 7 (Kimono Abaya) Peony and Yellow gradient patterns	64
Gambar 3. 8 (Kimono Abaya) Flowers and grass patterns	65
Gambar 3. 9 Proses Penjahitan Kimono Hijab dan Kimono Abaya <i>Watasi Japan LLC</i>	70
Gambar 3. 10 Hime Kimono Shawl (Hijab)	75
Gambar 3. 11 Hime Authentic Kimono Hijab (Hijab)	76
Gambar 3. 12 Hime Kimono Shawl (Hijab)	77
Gambar 3. 13 Kimono Abaya Sakura	78
Gambar 3. 14 Kimono Abaya	79
Gambar 3. 15 Kimono Abaya	80
Gambar 1 Wawancara Via Email dengan Pemilik <i>Xi Xia Hijab Japan</i> (Kaori Kobayashi)	98

Gambar 2 Wawancara Via Email dengan Pemilik <i>Watasi Japan LLC</i> (Nawa Junko).....	103
---	-----

INTISARI

Ramadhini, Naura Hani, 2025. "Kimono Hijab dan Kimono Abaya di Jepang", Skripsi, Bahasa dan Kebudayaan Jepang, Universitas Diponegoro, Semarang, Dosen Pembimbing Ichlasul Ayyub, S.S., M.Si.

Kimono hijab dan kimono abaya merupakan perpaduan antara busana tradisional Jepang dengan busana muslim, yang mencerminkan akulturasi dua budaya berbeda dalam satu produk fashion. Penelitian ini bertujuan untuk membahas fenomena kimono hijab dan kimono abaya di Jepang, serta memahami akulturasi budaya antara busana muslim dan busana Jepang dalam fashion modern. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode deskriptif-analisis untuk menganalisis data dan melakukan wawancara dengan pemilik usaha *Xiaxia Hijab Japan* dan *Watasi Japan LLC*. Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi oleh Alfred Schutz dan teori akulturasi oleh John W. Berry. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kimono hijab dan kimono abaya merupakan respons kreatif terhadap meningkatnya jumlah wisatawan muslim di Jepang. Kimono hijab dan kimono abaya memadukan motif khas Jepang dengan desain busana muslim yang sesuai syariat. Kehadiran dua merek lokal *Xiaxia Hijab Japan* dan *Watasi Japan LLC* mencerminkan bentuk akulturasi budaya yang harmonis dan inklusif, serta menunjukkan bagaimana fashion dapat menjadi media penghubung nilai estetika dan religius.

Kata Kunci: Kimono Hijab, Kimono Abaya, Muslim, Jepang

ABSTRACT

Ramadhini, Naura Hani, 2025. "Kimono Hijab and Kimono Abaya in Japan", Thesis of Japanese Language and Culture, Diponegoro University, Semarang. Advisor Ichlasul Ayyub, S.S., M.Si.

Kimono hijab and kimono abaya are a fusion of traditional Japanese clothing and Muslim fashion, reflecting the acculturation of two distinct cultures into a single fashion product. The purpose of this research is to discuss the phenomenon of kimono hijab and kimono abaya in Japan and to understand the cultural acculturation between Muslim fashion and Japanese clothing in modern fashion. This research is a qualitative research that uses descriptive-analytical method to analyze data and conduct interviews with the owners of Xiaxia Hijab Japan and Watasi Japan LLC. This research uses Alfred Schutz's phenomenology theory and John W. Berry's acculturation theory. The results showed that kimono hijab and kimono abaya are creative responses to the increasing number of Muslim tourists in Japan. Kimono hijab and kimono abaya combine traditional Japanese motifs with Muslim fashion designs that comply with Islamic shariah. The presence of the two local brands, Xiaxia Hijab Japan and Watasi Japan LLC, represent a harmonious and inclusive form of cultural acculturation and demonstrating how fashion can serve as a connecting aesthetic and religious values.

Keywords: *Kimono Hijab, Kimono Abaya, Muslim, Japan.*

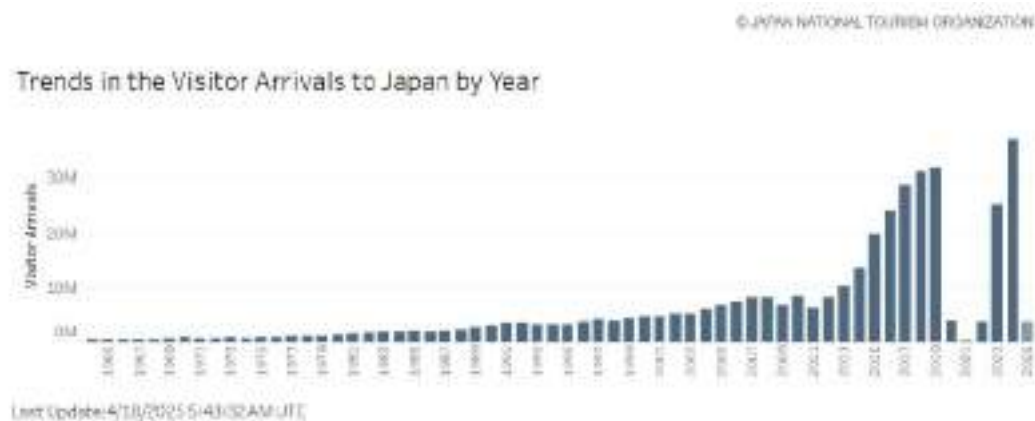
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jepang dikenal akan budayanya yang unik, baik budaya tradisional maupun budaya populernya. Budaya tradisional Jepang sangat beragam seperti, Kimono, Matsuri, dan Geisha yang masih sangat dilestarikan di Jepang. Sedangkan budaya populer merupakan budaya yang dipasarkan secara komersial dan berorientasi pada besarnya keuntungan hingga menjadikan budaya tersebut di produk secara luas dan digemari masyarakat internasional (Storey, 1993:15). Budaya populer adalah produk masyarakat industri, kegiatan pemaknaan dan hasil kebudayaan yang di tampilkan dalam jumlah besar, kerap dengan bantuan teknologi produksi, distribusi dan pengadaan massal, sehingga mudah di jangkau oleh masyarakat (Heryanto, 2012:47). Jepang memiliki banyak budaya populer, diantaranya Manga, Anime, J-pop dan masih banyak lagi. Dengan memiliki latar belakang budayanya yang sangat kuat, tak dapat dipungkiri bahwasanya Jepang melalui kebudayaannya memiliki daya tarik bagi wisatawan asing.

Pada awal tahun 2000an, Jepang telah menjadi salah satu negara yang paling diminati oleh wisatawan, termasuk wisatawan dari Indonesia. Mulai tahun 2010, terasa peningkatan signifikan dalam jumlah wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Jepang, tidak hanya Indonesia, wisatawan negara lain yang berkunjung ke Jepang terus meningkat (Rosliana, L., 2017).



Gambar 1. 1 Jumlah Wisatawan Jepang

(Sumber: JNTO, 2025)

Menurut data *Japanese National Tourism Organization* (JNTO) pada tahun 2025, Jepang terus mengalami peningkatan wisatawan asing dari tahun 2011-2025 dimana terjadi penurunan drastis akibat *covid-19* pada tahun 2020-2022 dan puncak wisatawan terbanyak terdapat pada tahun 2024 dengan jumlah wisatawan mencapai 36.870.148 juta orang dengan tujuan rata-rata kedatangan untuk berlibur. Jepang juga berhasil meraih urutan ke-2 dalam survei *World Economic Forum* yaitu *Top 10 performers on Travel and Tourism Resources Dimension Pillars* di sektor Kebudayaan yang dirilis oleh *Travel and Tourism Development Index in 2024*.



Gambar 1. 2 Survei Dentsu “What People Expect From Japan When Traveling Abroad”

(Sumber: Travel and Tourism Development Index, 2024)

Menurut data dalam survei yang dilakukan oleh Dentsu tentang “*What People expect from Japan when traveling abroad*” menunjukkan bahwa kebudayaan terpilih menjadi salah satu pilihan dengan jawaban terbanyak ke-2 dengan 27,9%. Hal ini membuktikan bahwa banyaknya wisatawan yang datang ke Jepang bertujuan untuk melihat kebudayaan dan tradisi lokal saat pergi berlibur. Pengalaman menggunakan Kimono, mengikuti upacara minum teh, dan menyewa kostum Geisha memberikan sensasi seolah kembali ke masa lampau. Kebudayaan yang saat ini masih dilestarikan dengan sangat baik salah satunya kuil-kuil kuno, wisatawan dapat menjelajahi kuil-kuil kuno seperti *Kinkaku-ji* dan *Fushimi Inari Taisha* dengan deretan 1.000 torii gate yang ikonik.



Gambar 1. 3 Kuil *Kinkaku-ji*
(Sumber: Kyoto-kinkaku.com, 2024)

Kuil Kinkaku-ji atau Rokuon-ji merupakan kuil Zen Buddhisme aliran Rinzai di Kyoto, Jepang. Awalnya vila pensiunan Shōgun Ashikaga Yoshimitsu, tempat ini diubah menjadi kuil pada 1408 sesuai wasiatnya. (Nakamura, F., 2025). Lapisan emas pada bangunan utamanya melambangkan kemurnian dan pencerahan, dua konsep utama dalam ajaran Buddha. Bangunan ini dikelilingi oleh taman yang dirancang untuk mendukung praktik meditasi, mencerminkan nilai inti ajaran Zen, yakni kontemplasi, kefanaan, dan keharmonisan manusia dengan alam sekitar.

Secara umum, agama di Jepang bersifat plural dan sinkretik, dengan masyarakat menganut kombinasi dari Shinto, Buddhisme, serta unsur kepercayaan tradisional. Menurut informasi yang diambil dari 平成 19 年度全国社寺教会等宗教団体教師信者数 dalam Mulyadi, B., (2017), penganut agama di Jepang menurut Kementerian Pendidikan Jepang sejumlah 107 Juta orang Jepang menganut agama Shinto, 89 juta orang menganut agama Budha, 3 juta orang menganut agama Kristen dan Katolik, serta penganut agama

lainnya sekitar 10 juta orang dari total seluruh penganut agama 290 juta orang. Total penganut agama di Jepang hampir dua kali lipat dari total penduduk Jepang dikarenakan sebagian besar orang Jepang menganut lebih dari satu agama dan sepanjang tahunnya mengikuti ritual dan perayaan dalam berbagai agama.

Perjalanan sejarah keagamaan Negara Jepang lebih banyak berhubungan dengan Konfusianisme, Budha dan Shinto, keberadaan Islam bukanlah sesuatu yang ada di dalam kehidupan masyarakat Jepang. Selain itu adanya kebijakan mengasingkan diri sekitar 200 tahun lalu dari pertengahan abad ke-17 sehingga tidak ada kontak antara Jepang dengan Islam (Sato dalam Syahraeni, 2017).

Mengenai kapan agama Islam diperkenalkan ke Jepang tidak diketahui pasti. Namun semenjak zaman modern, melalui hubungan perdagangan antara benua dan negara, penganut-penganut Islam sebagai perorangan mengadakan hubungan yang luas dengan anggota-anggota masyarakat setempat. Pertemuan antara pedagang dan perorangan Jepang itu tidak hanya terjadi di Jepang sendiri, tetapi juga terjadi di negeri asing. Begitu juga bacaan mengenai Islam yang memasuki Jepang sesudah Restorasi Meiji merupakan karya-karya orang Cina atau buku-buku yang ditulis dalam bahasa Cina kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa Jepang (Syahraeni, A., 2017:86-87).

Menurut Syahraeni, A. (2017: 92) Perkembangan agama Islam di Jepang tidak sebegitu dengan negara lain, karena masyarakat Jepang sangat terikat dengan kebiasaan dan adat istiadat yang berdasarkan agama Shinto. Walaupun demikian, lambat laun pemeluk agama Islam mulai bertambah. Hal ini

disebabkan dengan hubungan Jepang dengan negara lain yang bertambah luas sesudah Perang Dunia II, termasuk dengan negara-negara Islam. Bertambah banyak orang Islam dari berbagai negara yang bertempat tinggal di Jepang. Hal ini yang ikut mempengaruhi perkembangan dan kemajuan agama Islam di Jepang, terbukti dengan banyaknya organisasi Islam yang bermunculan.

Number	Country/Region	2019-2020	2021-2022	2023-2024
1.	Indonesia	305.925	39.932	517.651
2.	Malaysia	249.538	3.114	506.883

Gambar 1. 4 Jumlah Wisatawan Jepang dari Negara Mayoritas Muslim
(Sumber: JNTO, 2025)

Menurut data di atas ini menunjukkan peningkatan jumlah kedatangan turis asing dari negara-negara mayoritas Muslim seperti Indonesia dan Malaysia dari 2019-2024, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dari Indonesia meningkat dari 305.925 kunjungan pada tahun 2019-2020 menjadi 517.651 kunjungan pada 2023-2024. Bertambahnya wisatawan Muslim yang berkunjung ke Jepang erat kaitannya dengan peningkatan fasilitas ramah Muslim di Jepang.

Perkembangan industri dan pariwisata halal di Jepang bukanlah hal yang tanpa disengaja, melainkan pemerintah telah menerapkan banyak kebijakan

untuk meningkatkan permintaan wisatawan mancanegara, termasuk yang berasal dari negara mayoritas Muslim. Jepang telah melaksanakan *Tourism Nation Promotion Basic Law* pada 2005 untuk menyambut secara khusus lebih banyak wisatawan dari negara-negara mayoritas Muslim (Yasuhiro, 2018).

Japan Tourism Agency (JTA) dan *Japan National Tourism Organization* (JNTO) telah menyusun regulasi untuk menarik wisatawan Muslim, pemerintah dan perusahaan lokal juga turut beradaptasi dalam menciptakan lingkungan yang bermamfaat bagi wisatawan Muslim. Memyediakan fasilitas makanan dan minuman halal serta ruang doa di tempat umum seperti hotel, restoran, pusat perbelanjaan dan bandara (Rizki, M. J., & Aminah, S., 2023:2847-2848).

Menurut JNTO Jepang terus membuka potensi wisata halal dengan meningkatkan keramahtamahan bagi wisatawan muslim yang berkunjung ke negaranya. Jumlah wisatawan ke Jepang terus meningkat dari tahun ke tahun. Pengembangan fasilitas Muslim Friendly seperti masjid dan restoran halal mendorong minat wisatawan Muslim sehingga tidak perlu khawatir untuk memenuhi kewajiban beribadah saat berada di Jepang.

Industri dan pariwisata halal di Jepang telah menunjukkan peningkatan khususnya pada tahun 2005. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya fasilitas muslim seperti masjid, mushola atau *reihai shitsu* (礼拝室), restoran halal, dan hotel ramah muslim. Fasilitas-fasilitas ini biasanya dapat ditemukan di kota-kota besar Jepang seperti Tokyo, Osaka, Kyoto, dan Hokkaido (Rizki, M. J., & Aminah, S., 2023:2846). Jumlah masjid meningkat dari 24 pada tahun

2001 menjadi 110 pada tahun 2020. Pada tahun 2020, terdapat masjid baru yang diresmikan di wilayah Gunung Fuji Kawaguchikodi (The Economist, 2021).

Dalam sektor makanan, banyak kota di Jepang yang telah menawarkan pilihan makanan halal. Ada banyak restoran yang menawarkan banyak menu halal yang dapat dikonsumsi oleh wisatawan Muslim di Jepang. Makanan halal yang berasal dari Turki, Bangladesh, India, dan Indonesia dapat ditemukan di Jepang. Tidak hanya itu, banyak juga restoran tradisional Jepang yang menawarkan hidangan ramah muslim dengan menu sashimi, yakiniku, tempura, udon, dan ramen yang halal (Rizki, M. J., & Aminah, S., 2023:2846).

No	Prefektur	Menyediakan menu halal	Bersertifikasi halal
1	Tokyo	362	73
2	Osaka	52	14
3	Hokkaido	45	-
4	Kyoto	39	23
5	Aichi	37	5
6	Kanagawa	36	1
7	Hyogo	33	7
8	Chiba	26	10
9	Fukuoka	20	2
10	Saitama	17	2
11	Lokasi lain	121	24
	Total	788	161

Gambar 1. 5 Jumlah Restoran yang Menyediakan Menu Halal per Oktober 2017

(Sumber: www.halalgoument.jp, 2017)

Pada tahun 2020, setidaknya ada 868 restoran otentik Jepang yang telah bersertifikat halal. Restoran-restoran ini menggunakan bahan-bahan seperti shoyu, mirin, dan kaldu yang berasal dari ayam dan kedelai (Konety, Aditany., & Nidatya, 2021:190).

Hotel dengan konsep ramah Muslim juga telah meningkat di Jepang, kini hotel-hotel yang menyediakan menu bersertifikat halal mulai bermunculan, misalnya Richmond Hotel di Osaka dan Tokyo. Hotel-hotel yang menyediakan tempat untuk salat lengkap dengan peralatan salat seperti sajadah dan al-Quran juga semakin bertambah, sedikitnya terdapat 31 penginapan yang pernah diulas disitus halalmediajapan.jp per oktober 2017 telah berusaha memenuhi kebutuhan standar wisatawan Muslim (Wahidati, L., & Sarinastiti, E., N., 2018).

Sebuah penginapan berarsitektur khas Jepang, Satayu Mukashibanashi Yuzanso di danau Biwa, prefektur Shiga, berusaha menarik wisatawan Muslim bukan hanya dengan menyediakan makanan bersertifikat halal, tetapi juga dengan menyediakan *onsen* (pemandian air panas) untuk perorangan.



Gambar 1. 6 Penginapan Satayu Mukashibanashi Yuzanso

(Sumber: Japanican.com)

Banyak wisatawan Muslim yang ingin merasakan berendam di *onsen*, tetapi pengelola *onsen* biasanya mengharuskan seseorang melepaskan seluruh pakaiannya ketika berendam. Pada umumnya *onsen* digunakan bersama-sama dengan orang lain meskipun dipisahkan antara *onsen* untuk laki-laki dan *onsen* untuk perempuan. Bagi seorang Muslim, berendam bersama orang lain tanpa sehelai pakaian pun merupakan hal yang sulit dilakukan, mengingat adanya

konsep aurat dalam ajaran Islam. Adanya fasilitas *private onsen* ini memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim akan fasilitas rekreasional dengan privasi (Wahidati, L., & Sarinastiti, E., N., 2018).

Fenomena halal juga telah masuk sektor lain seperti industri fashion. Menurut Konety, N., Aditiany, S., & Nidatya, N. (2021:191) fashion halal sebenarnya mencakup pakaian yang biasanya dikenakan oleh wanita Muslim atau yang lebih dikenal sebagai pakaian Muslim. Fashion halal didasarkan pada ajaran agama Islam yang bertujuan untuk mencegah pemakainya menjadi objek perhatian seksual dengan menonjolkan siluet tubuh dan bersifat tertutup.

Menurut Global Strategies Manager Food Diversity, terdapat beberapa perusahaan fashion yang telah memproduksi fashion Muslim. Perusahaan fashion seperti Uniqlo yang telah bekerjasama dengan Hana Tajima (desainer muslimah asal Jepang) meluncurkan fashion Muslim sejak Juli 2017 (Zulaikha, N., 2020). Ada pula perusahaan Xiaxiahijab dan Watasi Japan LLC, perusahaan ini memproduksi penutup kepala (hijab) dan Abaya dari bahan kimono yang dihiasi motif khas Kimono Jepang.

Xiaxia Hijab merupakan merek pakaian muslim yang berasal dari Jepang sejak tahun 2017. Xiaxia Hijab berfokus pada produk Hijab dan Abaya dengan menghidupkan kembali Kimono Antik yang berusia lebih dari 100 tahun yang lalu. Kimono antik dipilih karena desain Jepang tradisional yang indah dan sulit ditemukan pada Kimono modern. Xiaxia Hijab sudah memiliki 3 cabang resmi di Tokyo. Selain merek Xiaxia Hijab terdapat juga merek Watasi Japan LLC yang turut memproduksi Fashion Muslim Hijab dan Abaya yang terinspirasi

dari Kimono. Watasi Japan LLC didirikan pada tahun 2015 dengan landasan utama berupa keinginan untuk menyampaikan perasaan seorang ibu kepada anaknya yang diwujudkan dalam kimono, tanpa memandang latar belakang agama maupun kebangsaan.



Gambar 1. 7 Kimono Hijab Karya *Watasi Japan LCC* dan Kimono Abaya Karya *Xiaxia Hijab Japan*

(Sumber: *watashijapan* dan *xiaxiahijab*, 2025)

Xiaxia Hijab dan *Watasi Japan* merepresentasikan upaya lintas budaya dalam menciptakan karya seni busana yang mengintegrasikan unsur tradisional Kimono Jepang dengan elemen fashion Muslim yaitu hijab dan abaya. Perpaduan ini tidak hanya mencerminkan nilai-nilai estetika dari kedua budaya, tetapi juga menjadi wujud ekspresi identitas global yang inklusif dan transnasional dalam industri mode kontemporer.



Gambar 1. 8 Contoh Pemakaian Hijab

(Sumber: Kumparan.com, 2020)

Hijab berasal dari kata kerja *jalba* yang dalam bahasa Arabnya bermakna “menutup sesuatu dengan sesuatu yang lain sehingga tidak dapat dilihat”. Dari pengertian tersebut, secara spesifik masih banyak perbedaan pendapat mengenai pengertian hijab. Ada beberapa pendapat yang menyatakan hijab itu mirip “Rida” (sorban), sebagian lagi mendefinisikan-nya dengan kerudung yang lebih besar dari “Khimar”. “Khimar” adalah istilah umum untuk pakaian penutup kepala dan leher. Sebagian lagi mengartikannya dengan “Qina” yaitu penutup muka atau kerudung lebar (Muhith, 2002:1).

Sedangkan Abaya merupakan sebuah pakaian yang berasal dari Arab Saudi bagian Timur dan sekarang sudah menjadi pakaian yang cukup tren di kalangan muslimah. Abaya identik dengan pakaian berwarna hitam, lebar dan longgar dengan lengan besar seperti sayap dan ditambahi dengan beragam macam taburan diamond serta bordir yang menghiasi.



Gambar 1. 9 Abaya
(Sumber: sintesakonveksi.com, 2025)

Abaya memiliki bentuk yang cukup sederhana seperti jubah. Biasanya orang-orang menyebut Abaya dengan sebutan gamis Arab. Abaya saat ini tampil dengan berbagai model. Terdapat Abaya yang mewah bisa dipakai saat kegiatan pesta atau jalan-jalan, ada pula Abaya yang casual yang biasa dipakai untuk kegiatan sehari-hari. Dalam beberapa tahun terakhir Abaya menjadi Fashion statement, banyak wanita muslim yang menggunakan Abaya sebagai sarana untuk mengekspresikan gaya pribadi dan kreativitas mereka dan tidak hanya menjadi tren fashion Muslim menjelang hari besar keagamaan saja. Namun, saat ini Abaya tetap menjadi pilihan utama oleh kalangan perempuan untuk menjadikan Abaya sebagai busana sehari-hari (Radarjogja, 2024).

Sama halnya dengan beberapa negara lain, Jepang juga memiliki pakaian tradisional atau pakaian khas asli dari negaranya. *Kimono* (着物) yang berarti “sesuatu yang dikenakan” (着 : ki berarti pakai dan 物 : mono berarti barang). Kimono merupakan pakaian tradisional Jepang untuk pria dan wanita yang sudah ada sejak era Nara (Mori, M., 2012:117).



Gambar 1. 10 Kimono

(Sumber: wa-gokoro.jp, 2024)

Sejatinya, kimono bukan berasal dari Jepang melainkan berasal dari Tiongkok. Kimono dibawa oleh pendatang yang masuk ke Jepang pada era Kofun, memiliki lengan panjang berbentuk segitiga dan dikenakan di bawah jaket dengan rok atau celana panjang. Seiring berjalannya waktu, model lengan yang awalnya berbentuk segitiga berlarih bentuk menjadi persegi panjang. Pakaian khas ini dikenal dengan *Kosode* (小袖) dengan huruf kanji *Ko* (小) berarti kecil, kemudian *Sode* (袖) yang berarti lengan baju, jadi *Kosode* (小袖) dapat diartikan sebagai lengan pendek. Baju tradisional Jepang mulai dikenal dengan nama *Kimono* di era Edo. Walaupun masyarakat Jepang modern tidak lagi menggunakan Kimono setiap hari, Kimono tetap dikenakan untuk acara-acara khusus seperti upacara adat dan pernikahan (Bahasa Jepang Bersama, 2020).

Berdasarkan uraian diatas, fenomena menarik yang terjadi pada Kimono, Hijab dan Abaya ini menjadi ide awal dari dilakukannya penelitian ini. Peneliti

akan membahas bagaimana terjadinya fenomena Kimono Hijab dan Kimono Abaya serta menjelaskan mengenai akulturasi budaya dalam Kimono Hijab dan Kimono Abaya. Peneliti memilih untuk membahas permasalahan ini karena produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya masih banyak belum diketahui oleh masyarakat Jepang maupun wisatawan asing dan produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya juga memiliki potensi dalam kemajuan industri busana Halal dan sebagai objek tujuan wisata Halal yang belum banyak dikenal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah

1. Bagaimana perkembangan busana muslim di Jepang?
2. Bagaimana akulturasi budaya busana Muslim dan busana Jepang pada produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan lebih detail mengenai perkembangan busana muslim di Jepang. Selain itu pada penelitian ini membahas mengenai produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya di Jepang. Dalam pembahasan mengenai produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya di Jepang, akan dibahas lebih dalam mengenai Akulturasi budaya dalam busana Muslim dan busana Jepang pada produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini berfokus pada Fenomena Kimono Hijab dan Kimono Abaya di Jepang, serta Akulturasi budaya busana Muslim dan busana Jepang pada produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya sehingga menjadi suatu perkembangan busana muslim di Jepang. Penelitian ini fokus pada Hijab dan Abaya yang memiliki motif kimono maupun Hijab dan Abaya yang berbahan dasar kimono yang dikarenakan busana muslim di Jepang terus berkembang sehingga menciptakan suatu tren baru yaitu memadukan Kimono dengan Hijab dan Abaya dalam busana muslim di Jepang.

1.5 Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2015), penelitian kualitatif disebut sebagai metode penelitian naturalistik karena dilaksanakan dalam lingkungan yang alami atau natural setting, sehingga penelitian tidak hanya fokus pada pengumpulan data saja akan tetapi pada interpretasi mendalam terhadap fenomena yang diamati (Sugiyono, 2015). Metode kualitatif digunakan peneliti dimana penelitian sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dilakukan dengan menggambarkan keadaan atau suatu objek penelitian pada saat sekarang yang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Nawawi 1998:31) dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif-analisis, yaitu dengan mengumpulkan data, menganalisis data yang terdapat pada sumber

manapun yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang akan diteliti baik dalam Bahasa Jepang, Bahasa Inggris, dan Bahasa Indonesia.

Selain dengan metode deskriptif-analisis, peneliti juga akan menggunakan metode korespondensi melalui *e-mail*. Korespondensi dilakukan secara mendalam dengan narasumber yang telah dipilih berdasarkan kriteria khusus oleh penulis. Penulis telah melakukan korespondensi dengan 2 pihak yang menjadi objek penelitian Kimono Hijab dan Kimono Abaya. Korespondensi yang pertama dilakukan dengan narasumber yang merupakan pemilik dari merek *Xiaxia Hijab Japan*, korespondensi dilakukan via *Direct Messege Instagram* dan *Email*. Korespondensi kedua dilakukan dengan narasumber yang merupakan pemilik dari merek *Watasi Japan LLC*, korespondensi dilakukan via *Direct Messege Instagram* dan *Email*. Hasil korespondensi tersebut akan menjadi data primer dan didukung dengan berita seputar tren Kimono Hijab dan Kimono Abaya.

Teknik analisis data yang digunakan oleh penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono 2015: 46) analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles dan Huberman memiliki pola umum analisis dengan mengikuti model interaktif yaitu:

1. Reduksi Data

Menurut Sugiyono (2015: 247) Reduksi data merupakan merangkum, memilih hal yang penting yang sesuai dengan topik penelitian, mencari tema dan polanya, hingga memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

2. Penyajian data

Setelah melakukan reduksi data, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafiki, diagram dan sejenisnya. Melalui penyajian data, maka data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga dapat mudah dipahami (Sugiyono, 2015: 249).

3. Penarikan kesimpulan

Langkah yang terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif yaitu penarikan kesimpulan. Menurut Sugiyono (2015: 252) kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian yang sudah dirumuskan sejak awal, akan tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan dapat berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Berdasarkan data, dan temuan valid dari hasil analisis data, peneliti akan menyimpulkan terkait Kimono Hijab dan Kimono Abaya di Jepang.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat penelitian yang terbagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis.

Manfaat secara teoritis dalam penelitian ini adalah dapat digunakan para akademisi terutama yang berada dalam bidang busana dan busana muslim, serta juga dapat menjadi referensi bagi para peneliti selanjutnya yang hendak membahas terkait pembahasan yang sama. Sedangkan manfaat secara praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca terhadap Kimono Hijab dan Kimono Abaya di Jepang.

1.7 Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini, maka peneliti menyusun penelitian ini ke dalam empat bab secara sistematis. Sistematika Penulisan dapat diuraikan sebagai berikut.

Bab 1 merupakan bab pendahuluan. Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan masalah, ruang lingkup penelitian, metode penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

Bab 2 merupakan bab tinjauan pustaka. Bab ini terdiri dari penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan pada penelitian ini serta uraian tentang teori yang akan digunakan pada penelitian ini.

Bab 3 merupakan bab pembahasan. Bab ini terdiri pembahasan dari pokok masalah Kimono Hijab dan Kimono Abaya di Jepang.

Bab 4 merupakan bab penutup. Bab ini terdiri dari kesimpulan analisis yang telah diberikan pada bab sebelumnya dan terdiri dari saran dan daftar pustaka.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan referensi dari empat penelitian terdahulu dengan judul *Kimono dan Kebaya Pakaian Adat Wanita Jepang dan Jawa (Makna, Filosofi, dan fungsinya)* yang ditulis oleh Nise Samudra Sasanti dan Ambaristi Hersita Milanguni, *Estetika Stilasi Motif Batik Djawa Hokokai Pada Hijab Dengan Teknik Digital Printing* yang ditulis oleh Nadia Annisa Riski, Melly Prabawati dan Eneng Lutfia Zahra, *Kimono Lurik dalam Perpaduan Budaya Indonesia-Jepang* yang ditulis oleh Eka Pratiwi, Jaeni B Wastap, dan Sukmawati Saleh, *A Thing To Wear: The Design Process Of A Kimono Inspired Jacket* yang ditulis oleh Noora Kontio.

Penelitian ini juga akan menggunakan satu teori, yaitu Teori Akulturasi menurut John W. Berry.

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, diperlukan terdahulu guna sebagai bahan acuan dan juga mencari persamaan dan perbedaan antara objek yang akan diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian Pertama yaitu *Kimono dan Kebaya Pakaian Adat Wanita Jepang dan Jawa (Makna, Filosofi, dan fungsinya)* oleh Nise Samudra Sasanti dan Ambaristi Hersita Milanguni, merupakan penelitian berupa jurnal yang ditulis pada tahun 2024 tentang Kimono dan Kebaya yang fokus pada makna, filosofi dan fungsinya. Kebaya dan Kimono memiliki arti yang luas, tidak hanya untuk mengekspresikan diri melalui pakaian, akan tetapi

memiliki arti yang luas. Mulai dengan kualitas, harga, bahan yang digunakan membuat Kimono maupun kebaya menunjukkan suatu strata sosial, dan perilaku sopan santun. Dengan menggunakan Kimono maupun Kebaya dapat menunjukkan juga rasa cinta terhadap kebudayaannya, sehingga pakaian dapat juga menjadi media yang mewakilkan pengguna nya sebagai sarana komunikasi, yang dapat melestarikan kebudayaan dengan kebiasaan berpakaian.

Persamaan pada penelitian ini dan penelitian yang ditulis oleh Nise Samudra dan Ambaristi Hersita terdapat pada metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif yang sumber data nya berasal dari pengamatan, wawancara atau penelaah dokumen, serta memiliki persamaan pada objek yang dibahas yaitu perpaduan kimono Jepang dengan budaya lain. Perbedaan terdapat pada objek penelitian yaitu Kimono Kebaya sedangkan pada penelitian ini fokus pada Kimono Hijab dan Kimono Abaya.

Penelitian Kedua yaitu *Estetika Stilasi Motif Batik Djawa Hokokai Pada Hijab Dengan Teknik Digital Printing* oleh Nadia Annisa Riski, Melly Prabawati dan Eneng Lutfia Zahra, merupakan penelitian berupa artikel ilmiah yang ditulis pada tahun 2022 tentang estetika stilasi motif batik yang terletak pada hijab yang menggunakan teknik digital printing. Indonesia memiliki keragaman budaya yang sangat melimpah, salah satu yang masih diwariskan hingga saat ini adalah batik. Batik memiliki banyak motif yang kaya akan warna dan makna nya, tidak jarang juga batik yang memiliki sifat naturalistik hingga dipengaruhi oleh warna dari budaya luar negeri. Motif

Batik Djawa Hokokai salah satu contoh batik yang populer saat masa pendudukan Jepang. Pada Batik Djawa Hokokai motif nya akan di stilasi menjadi bentuk yang sederhana tanpa menghilangkan ciri khas batik tersebut, sehingga dapat diterima dan dikenal oleh masyarakat yang belum mengenal motif batik Djawa Hokokai. Jurnal ini juga membahas mengenai Motif Batik Djawa Hokokai yang terletak pada Hijab yang merupakan suatu fashion item yang populer dan dibutuhkan oleh masyarakat Muslim. Dalam jurnal ini juga membahas mengenai nilai estetika yang didalamnya memiliki unsur wujud, bobotm dan penampilan hingga pembahasan makna dari motif yang digunakan dalam hijab dengan menggunakan teknik digital printing.

Persamaan pada penelitian ini dan penelitian yang ditulis oleh Nadia Annisa Riski, Melly Prabawati, dan Eneng Lutfia Zahra terdapat pada pembahasan yaitu membahas mengenai suatu motif budaya luar yang digunakan pada Hijab dan menjelaskan mengenai makna motif yang terkandung dalam Hijab. Sedangkan perbedaan yang terdapat adalah pada objek penelitian yaitu pada jurnal ini objek penelitiannya adalah Motif Batik Djawa Hokoka sedangkan pada penelitian ini adalah Kimono.

Penelitian Ketiga yaitu *Kimono Lurik dalam Perpaduan Budaya Indonesia-Jepang* oleh Eka Pratiwi, Jaeni B Wastap, dan Sukmawati Saleh, merupakan penelitian berbentuk artikel yang ditulis tahun 2023 tentang kolaborasi antara budaya Indonesia & Jepang dalam pengembangan Kimono Lurik. Artikel ini memiliki fokus penelitian tentang pengaruh Kimono Lurik terhadap Industri kain tenun lurik di Indonesia dan di pasar

global. Terdapat juga penjelasan mengenai perpaduan budaya dan dampaknya terhadap kebudayaan, ekonomi, estetika, dan lingkungan. Pengembangan kimono lurik juga dapat mempelajari sejarah, filosofi, dan nilai-nilai yang terkait dengan tenunan lurik Indonesia serta Kimono Jepang.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Eka Pratiwi, Jaeni B Wastap dan Sukmawati Saleh adalah dalam objek penelitian yaitu pengembangan dan perpaduan dua budaya dalam satu produk dan pada penjelasan nilai-nilai yang terkandung di dalam nya. Sedangkan perbedaan penelitian nya terdapat pada objek, pada penelitian ini akan lebih fokus membahas mengenai perpaduan dan pengembangan Kimono Hijab dan Kimono Abaya yang menjadi tren busana Muslim di Jepang.

Penelitian keempat yaitu *A Thing To Wear: The Design Process Of A Kimono Inspired Jacket* oleh Noora Kontio, merupakan penelitian berupa skripsi yang ditulis pada tahun 2017 tentang mendesain *haori* atau jaket yang dikenakan di atas kimono yang pola dan desainnya terinspirasi dari kimono. Skripsi ini memiliki fokus penelitian tentang proses desain terutama pada pola yang dibahas langkah demi langkah bagaimana pola dibuat dan menjelaskan alasan mengenai pola tersebut. Terdapat juga penjelasan mengenai arti dari desain, pemilihan bahan yang digunakan dan target pasar untuk produk tersebut.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Noora Kontio adalah dalam objek penelitian yaitu pengembangan produk yang terinspirasi dari kimono dan terdapat nilai-nilai yang terkandung di dalamnya.

Sedangkan perbedaan penelitiannya terdapat pada objek juga, pada penelitian ini akan lebih fokus membahas mengenai fenomena dan akulturasi budaya Jepang dan budaya Islam melalui produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya.

Melalui keempat penelitian terdahulu yang telah peneliti analisis, dapat disimpulkan bahwa tidak ada yang meneliti tentang Fenomena Kimono Hijab dan Kimono Abaya di Jepang dan Akulturasi Budaya dalam Kimono.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Akulturasi

“Akulturasi” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti percampuran dua kebudayaan atau lebih yang saling bertemu dan saling mempengaruhi. Menurut Berry (2005) akulturasi merupakan sebuah proses yang merangkap dari perubahan budaya dan psikologis yang berlangsung sebagai hasil kontak antara dua atau lebih kelompok budaya dan anggotanya. Pada level kelompok akulturasi melibatkan perubahan dalam struktur sosial dan institusi, sedangkan pada level individu akulturasi melibatkan perubahan perilaku.

Dalam teori akulturasi Berry memiliki dua segmentasi yang menjadi daya tarik dalam fenomena akulturasi itu sendiri. Diantaranya ada dari

faktor kontak budaya dan faktor psikologi individunya terhadap individu lainnya.

Berry dalam Sofia,N., dan Nugrohadhi, G., E., mengambil langkah-langkah dalam mengkaji masalah dalam akulturasi yaitu:

- a. Pertama, Berry mencoba untuk melihat kembali semua referensi yang terkait dengan masalah akulturasi dan kemudian menarik beberapa kesimpulan pokok terkait dengan masalah tersebut
- b. Kedua, dengan menggunakan konsepnya tentang strategi akulturasi, Berry mencoba untuk menggali perbedaan individu dalam berakulturasi
- c. Ketiga, Berry mencoba untuk menggali konsekuensi-konsekuensi yang akan dialami oleh seseorang ketika memilih salah satu strategi dalam berakulturasi.

Strategi akulturasi menurut Berry terdiri dari dua elemen, yaitu *attitudes* (kecenderungan individu mengenai bagaimana cara melakukan akulturasi) dan *behavior* (aktivitas nyata yang ditunjukkan individu).

Terdapat dua pemahaman penting yang berkaitan dengan konsep akulturasi, yang pertama adalah konsep akulturasi yang berupaya memahami berbagai fenomena yang dihasilkan oleh kelompok individu tersebut memasuki budaya baru, sehingga mengakibatkan perubahan-perubahan pada pola budayanya yang asli. Kedua adalah konsep akulturasi pada level individu, melibatkan perubahan dalam perilaku seseorang (Jamhur, 2015).

Berry menyatakan bahwa setiap budaya memiliki potensi untuk mempengaruhi budaya lainnya dengan cara yang setara. Namun, dalam kenyataannya, ada kecenderungan satu budaya untuk lebih mendominasi yang lain, yang dimana dapat menyebabkan perbedaan antara kelompok yang dominan dan yang berakulturasi. Berry mencatat dua pemahaman penting mengenai konsep akulturasi.

Pertama, ia mengemukakan bahwa akulturasi berusaha untuk memahami berbagai fenomena yang terjadi ketika individu dari budaya yang berbeda masuk ke budaya baru. Proses ini menyebabkan perubahan pada pola budaya asli mereka. Dengan pemikiran ini, akulturasi dibedakan dari perubahan budaya lainnya, serta dari proses asimilasi. Akulturasi dianggap sebagai bagian dari konsep yang lebih luas terkait perubahan budaya.

Kedua, konsep akulturasi yang diawali dengan hubungan antara dua atau lebih sistem budaya. Dalam konteks ini, perubahan akibat akulturasi dianggap sebagai hasil dari perubahan budaya. Hal ini bisa dipicu oleh faktor-faktor yang tidak bersifat kultural, seperti perubahan ekologis atau perubahan demografis. Karena itu, akulturasi mencakup perubahan yang tidak selalu berkaitan langsung dengan isu budaya, seperti isu-isu ekologis (Berry, 2005).

John W. Berry mengembangkan *the Fourfold Model* sebagai strategi akulturasi budaya, yang mengkategorikan tipe akulturasi berdasarkan sejauh mana individu atau kelompok ingin mempertahankan budaya asal

dan sejauh mana mereka ingin belajar dan mengadopsi budaya baru. Model ini mengidentifikasi empat strategi akulturasi: asimilasi, integrasi, separasi, dan marginalisasi. (Berry, 1997).

Strategi asimilasi terjadi ketika individu tidak berkeinginan memelihara identitas kulturalnya dan lebih memilih interaksi harian dengan budaya lain. Strategi separasi merupakan kebalikan dari asimilasi, yaitu terjadi ketika individu menghidupi nilai-nilai yang ada pada budaya aslinya dan pada waktu yang bersamaan menghindari berinteraksi dengan yang lain. Strategi integrasi terwujud ketika seseorang memiliki ketertarikan untuk memelihara budaya aslinya selama membangun interaksi harian dengan kelompok lain. Sedangkan strategi marginalisasi terjadi ketika kemungkinan untuk memelihara budaya aslinya dan kemungkinan untuk berinteraksi dengan kelompok lain sangat kecil.

2.3 Sejarah Kimono

Asal-usul kimono kontemporer dapat ditelusuri dari pakaian tradisional bernama "*kosode*", Kosode merupakan jenis pakaian yang terdiri atas bagian tubuh utama, lengan, serta sepasang kerah yang menjuntai dari kedua bahu dan saling bersilangan di bagian depan tubuh.



Gambar 2. 1 Periode Heian: Kosode dikenakan di bawah pakaian bangsawan
(Sumber: Makoto Mori, 2012)

Pada awalnya *kosode* dikenakan oleh kalangan bangsawan sebagai pakaian dalam. Sejak akhir periode Heian hingga awal periode Kamakura (1185-1333), *kosode* mulai digunakan sebagai pakaian luar di kalangan bangsawan. Banyak dari mereka mengenakan *kosode* yang terbuat dari kain berkualitas tinggi dengan tampilan yang indah (Mori, M., 2012:117).



Gambar 2. 2 Kosode Periode Muromachi hingga periode Momoyama
(Sumber: Makoto Mori, 2012)

Pada akhir periode Muromachi (1336-1573) hingga periode Momoyama (1568-1603), *kosode* mengalami perkembangan yang signifikan dan mulai menyerupai bentuk kimono yang dikenal saat ini.

Dalam periode tersebut, Jepang mengalami berbagai konflik, baik konflik internal bersifat feodal maupun konflik eksternal, termasuk serangan dari bangsa Mongol. Keadaan ini menyebabkan kelangkaan bahan tekstil dan pakaian secara umum. Oleh karena itu, *kosode* yang memiliki desain sederhana mulai digunakan sebagai pakaian luar formal oleh kalangan samurai dari kelas atas. Desain lengannya yang lebih kecil memberikan kemudahan dalam pergerakan, sehingga *kosode* pun menyebar dan dikenakan oleh berbagai lapisan masyarakat, tidak terbatas hanya pada kaum bangsawan (Mori, M., 2012:118).



Gambar 2. 3 Kosode akhir pertengahan periode Edo
(Sumber: Makoto Mori, 2012)

Pada periode Momoyama (1568-1603), bentuk kosode telah berkembang semakin menyerupai kimono modern. Pertumbuhan ekonomi yang terjadi pada era Muromachi dan Momoyama, serta berlanjut hingga periode Edo (1603-1868), turut memengaruhi perkembangan fashion, terutama pada pakaian perempuan yang menjadi semakin bervariasi. Hal ini

didorong oleh kondisi sosial yang relatif stabil dan makmur. Motif pakaian menjadi lebih besar dan model pakaian longgar dengan lengan panjang mulai digemari. Pada periode Edo, desain kimono tradisional mencapai puncak kejayaannya dan banyak rancangan kimono kontemporer yang mengambil inspirasi dari estetika pada masa tersebut (Mori, M., 2012:118-119).



Gambar 2. 4 Periode Meiji hingga Showa: Kimono Tradisional
(Sumber: Makoto Mori, 2012)

Memasuki periode Meiji (1868-1912), pemerintah Jepang mulai mendorong masyarakat untuk mengenakan pakaian bergaya Barat sebagai simbol keterbukaan terhadap modernisasi yang berkembang di Eropa dan Amerika Serikat. Meskipun demikian, kalangan pemimpin Jepang yaitu bangsawan dan daimyo (tuan tanah feodal) masih sering mengenakan *osode* (pakaian yang menyerupai kosode dengan bukaan lengan selebar panjang lengan baju). Namun, kebijakan modernisasi tersebut membawa dampak

besar terhadap cara berpakaian masyarakat Jepang, sehingga makna dari istilah seperti *osode* dan *kosode* secara bertahap mulai memudar. Sejak itu, istilah yang paling umum digunakan untuk menggambarkan pakaian tradisional tersebut adalah “*kimono*” (Mori, M., 2012:119).



Gambar 2. 5 Kimono Kontemporer
(Sumber: Makoto Mori, 2012)

Pada awal periode Showa (1926-1989), masyarakat Jepang secara umum mengenakan pakaian bergaya Barat bersamaan dengan busana tradisional. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi Jepang, pakaian Barat menjadi pilihan utama dalam lingkungan kerja formal. Jumlah perempuan yang masih mengenakan kimono dalam kegiatan sehari-hari semakin menurun, dan penggunaan kimono mulai jarang terlihat sejak pertengahan 1950-an. Walaupun demikian, kimono tetap dipertahankan sebagai busana yang digunakan dalam acara-acara tradisional, perayaan, serta sebagai pakaian santai dalam kehidupan sehari-hari (Mori, M., 2012:119-122).

2.4 Sejarah Hijab dan Abaya

2.4.1 Hijab

Hijab menjadi topik yang banyak dibicarakan oleh pengamat perempuan. Apakah Hijab sebenarnya berasal dari Islam atau sudah ada sebelumnya dan diadopsi oleh Islam. Al-Munajjed, seorang sosiolog di George Washington University, berpendapat bahwa Hijab bukanlah sesuatu yang berasal dari Islam, melainkan berasal dari luar (Rosdiana, A., 2016).

Sependapat dengan Al-Munajjed, Ahmed (terjemahan M. S. Nasrullah, 2000:65 dalam Rosdiana) mengungkapkan bahwa Nabi Muhammad SAW tidak memperkenalkan Hijab di Arabia. Praktik Hijab sudah ada sebelumnya dikalangan beberapa kelompok, terutama di daerah perkotaan. Mungkin praktik ini telah menyebar di Syria dan Palestina ketika masyarakatnya berhubungan dengan orang Arab. Hal serupa juga dilakukan oleh kalangan Yahudi, Yunani, Romawi, dan Syria.

Tradisi berjilbab tidak sepenuhnya berasal dari ajaran Islam. Jauh sebelum Islam hadir, peradaban kuno seperti *Mesopotamia-Asyiria* telah mengenal jilbab meski dengan makna berbeda, misalnya terkait larangan beraktivitas bagi perempuan saat menstruasi atau dikenal dengan istilah *Menstrual Taboo*. Sedangkan dalam Islam, hijab berfungsi sebagai penutup perhiasan atau anggota tubuh yang mungkin dapat mendatangkan *Mudharat* (perilaku yang bertentangan dengan ajaran Islam) jika diperlihatkan. Selain agama Islam, tradisi serupa juga ditemukan dalam agama Yahudi dan Kristen. Dalam Yahudi, wanita menutup kepala saat keluar rumah, bahkan

kadang hanya menyisakan satu mata. Sedangkan dalam Kristen, kerudung biarawati melambangkan wibawa laki-laki atas perempuan, sebagaimana diajarkan Paulus (Marinda, L., 2019:253-254).

Sebagai bagian dari budaya dan ajaran dalam agama, hijab telah mengalami evolusi makna seiring perkembangan zaman dan peradaban manusia. Saat ini, tren penggunaan hijab telah meluas dan mencakup berbagai kalangan Muslimah. hijab tidak lagi terbatas pada kelompok sosial tertentu, melainkan telah menjadi pilihan bagi berbagai profesi, seperti guru, pegawai, hingga pekerja. Dalam konteks masyarakat kontemporer, hijab tidak lagi merepresentasikan simbol kelas sosial. Selain itu, sejumlah selebriti dan tokoh publik turut berperan dalam mempromosikan budaya berhijab. Partisipasi tersebut dapat didorong oleh kesadaran spiritual yang sering diistilahkan sebagai proses “*hijrah*” (Marinda, L., 2019:254-255).

2.4.2 Abaya

Abaya merupakan jubah panjang dan tebal yang dikenakan di atas pakaian lain oleh banyak perempuan Muslim, khususnya di negara-negara kawasan Arab. Busana ini menutupi tubuh dari leher hingga kaki, bahkan sering kali menutupi sepatu pemakainya, dengan lengan yang memanjang sampai pergelangan tangan. Secara tradisional, abaya berwarna hitam dan biasanya dipadukan dengan kerudung ringan berwarna senada yang dikenal sebagai *shayla*.



Gambar 2. 6 Abaya Tradisional by Sana Khan
(Sumber: hayabysanakhan.com, 2025)

Asal-usul abaya masih menjadi perdebatan dalam berbagai kajian kontemporer. Beberapa penulis menyatakan bahwa abaya merupakan bagian dari tradisi Arab Saudi yang telah ada selama berabad-abad atau bahkan ribuan tahun (al-Qasimi, 46; Kaur-Jones dalam Shimek, E., 2012). Namun demikian, sejumlah pakar lain berpendapat bahwa popularitas abaya sebagai busana khas Saudi merupakan fenomena yang relatif baru, yang baru muncul pada abad ke-20.

Popularitas abaya meningkat pada awal 1930-an, ketika Raja Abdul-Aziz al-Saud membagikan abaya sebagai hadiah kepada para pemimpin suku dalam upaya mempersatukan wilayah-wilayah yang kini menjadi Kerajaan Arab Saudi. Seiring berjalannya waktu, abaya mulai menggantikan pakaian adat daerah. Abaya secara resmi diwajibkan bagi siswi sekolah menengah di Arab Saudi pada tahun 1955, bertepatan dengan meningkatnya akses pendidikan bagi Perempuan (Shimek, E., 2012).

Abaya tradisional merupakan simbol identitas Islam dan nasionalisme di negara-negara Arab. Namun, kemunculan abaya modern yang modis memunculkan perdebatan antara kelompok konservatif dan pendukung *fashion* Muslimah modern.

Globalisasi telah mengubah abaya dari pakaian penutup sederhana menjadi simbol mode kelas atas. Abaya kini hadir dalam berbagai desain, warna, dan bahan, serta mencerminkan pengaruh budaya global, termasuk mode Barat (al-Mukhtar, 37 dalam Shimek, E., 2012). Dengan demikian, abaya saat ini tidak hanya berfungsi sebagai simbol keagamaan atau budaya, melainkan juga sebagai bentuk ekspresi individualitas perempuan yang dipengaruhi oleh dinamika globalisasi dalam industri fashion.

BAB III

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian terhadap dua merek usaha *fashion* yang berasal dari Jepang, yaitu *Xiaxia Hijab Japan* dan *Watasi Japan LLC*. Kedua merek tersebut memiliki produk jual yang hampir sama yaitu Kimono Hijab dan Kimono Abaya, dengan begitu penulis dapat melihat bagaimana perkembangan busana muslim di Jepang menurut pandangan pelaku usaha dan bagaimana akulturasi budaya busana Muslim dan busana Jepang pada produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya. Penulis melakukan pengambilan data melalui korespondensi melalui e-mail kepada dua informan yakni perwakilan dari pemilik usaha *Xiaxia Hijab* dan *Watasi Japan LLC* yang akan digunakan sebagai data primer.

Penulis sudah mendapatkan perizinan untuk mengumpulkan data kepada para informan dengan cara mengirim pesan melalui sosial media *direct message* Instagram. Setelah itu, penulis mendapatkan dua informan dari perwakilan *Xiaxia Hijab Japan* dan *Watasi Japan LLC*. Informan pertama adalah Kaori Kobayashi merupakan pemilik dari merek *Xiaxia Hijab Japan* yang berdiri sejak tahun 2017. Informan kedua adalah Nawa Junko merupakan pemilik dari merek *Watasi Japan LLC*.

Selanjutnya penulis akan menjabarkan bagaimana perkembangan busana muslim di Jepang dan bagaimana akulturasi budaya busana Muslim dan busana Jepang pada produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya berdasarkan teori akulturasi oleh John W. Berry.

Fenomena perpaduan Kimono dengan busana Muslim di Jepang muncul sebagai respons terhadap meningkatnya jumlah wisatawan Muslim yang berkunjung ke Jepang dalam satu dekade terakhir. Menurut data dari Japan National Tourism Organization (JNTO), jumlah kunjungan wisatawan asal negara-negara mayoritas Muslim seperti Indonesia dan Malaysia mengalami pertumbuhan signifikan sejak Jepang mulai melonggarkan kebijakan visa dan mengembangkan destinasi ramah Muslim (JNTO, 2025).

Bersamaan dengan tren tersebut, muncul kebutuhan untuk produk dan fasilitas yang selaras dengan nilai-nilai Islam, termasuk dalam aspek pakaian. Dalam hal ini, industri pariwisata dan fashion lokal kemudian merespon dengan menggabungkan elemen budaya tradisional Jepang, seperti kimono, dengan prinsip modest fashion yang sesuai syariah bagi para Muslimah, seperti mengenakan hijab dan pakaian longgar seperti abaya (Muslim Travel News, 2024).

Fenomena penggabungan antara pakaian tradisional Jepang, yaitu kimono, dengan elemen fashion Muslim seperti hijab dan abaya, menunjukkan adanya perubahan budaya dalam dunia pariwisata dan mode modern di Jepang. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak penyedia sewa kimono di tempat-tempat wisata seperti Kyoto telah mulai menyediakan set kimono yang dilengkapi dengan hijab yang memiliki motif tradisional Jepang (wagara), yang dirancang khusus untuk memenuhi permintaan para wisatawan Muslim (Muslim Travel News, 2024).

Kolaborasi antara menjaga budaya lokal dan menyesuaikan diri dengan keinginan wisatawan Muslim telah menciptakan bentuk inovasi budaya yang tidak

hanya indah, tetapi juga menunjukkan keterbukaan dalam industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Kombinasi kimono dan hijab menjadi tanda penyatuan budaya yang seimbang, sekaligus meningkatkan daya tarik Jepang sebagai tujuan wisata yang peka terhadap keragaman nilai dan identitas.

Beberapa gerai seperti Yumeyakata dan Yoshiya di Kyoto menjadi pelopor dalam menyediakan hijab yang memiliki warna dan motif yang selaras dengan kimono (Muslim Travel News, 2024), serta memfasilitasi tempat salat (mushala), yang meningkatkan daya tarik Jepang sebagai tujuan wisata yang ramah untuk Muslim (SC Media, 2024).

Oleh karena itu, kombinasi antara kimono dan busana Muslim bukan hanya memiliki makna simbolis sebagai tanda penerimaan budaya, tetapi juga memiliki tujuan strategis dalam dunia ekonomi kreatif serta meningkatkan daya saing pariwisata halal Jepang di panggung internasional (Ahmad, 2023).

Tren Kimono Hijab dan Kimono Abaya dapat dipahami sebagai hasil dari pengalaman subjektif individu dalam merespons penggabungan dua budaya yang berbeda. Makna sosial dari tren ini muncul ketika individu memberikan interpretasi pribadi atas pengalaman mereka dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, penggunaan Kimono Hijab bukan hanya tindakan mengenakan pakaian, melainkan bentuk ekspresi diri dan pemaknaan ulang terhadap dua budaya yang berbeda. Sebagaimana diungkapkan oleh Kaori Kobayashi,

“I recognized in the hijabs a shared expression of beauty”
(Nippon.com, 2024).

“Saya menyadari bahwa hijab memiliki ekspresi kecantikan yang sama.”

Pernyataan tersebut mencerminkan bagaimana Kaori Kobayashi, sebagai pelaku usaha, memaknai hijab tidak semata sebagai simbol agama, tetapi juga sebagai estetika yang dapat diintegrasikan dengan budaya Jepang yang ia tekuni sejak kecil.

Pengalaman konsumen pun turut membentuk makna sosial dari produk ini. Misalnya, ketika produk Kimono Hijab habis terjual di Harajuku, Kaori Kobayashi menyebut bahwa,

“By January 2, the shop in Harajuku had completely sold out. It was the busiest I’d ever been” (Nippon.com, 2024).

“Pada tanggal 2 Januari, toko di Harajuku sudah terjual habis. Itu adalah saat tersibuk yang pernah saya alami.”

Peristiwa ini bukan sekadar fenomena pasar, melainkan menunjukkan adanya pengalaman kolektif di mana para pengguna merasa terhubung dengan nilai-nilai spiritual dan budaya yang melekat dalam produk tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kimono Hijab dan Kimono Abaya bukan hanya produk busana, melainkan simbol makna sosial baru yang lahir dari pengalaman hidup lintas budaya dan interpretasi personal, yang memungkinkan tren ini untuk terus berkembang secara bermakna.

3.1 Perkembangan Busana Muslim di Jepang

Busana Muslim kini banyak dinikmati oleh orang-orang di seluruh dunia, termasuk di Jepang. Jepang merupakan negara dengan jumlah penduduk yang menganut agama Islam sebagai minoritas. Meski begitu, industri fashion muslim di Jepang cukup besar dan diperkirakan akan meningkat menjadi US\$72,72 miliar pada tahun 2020 (Smith, 2017).

Menurut Shinichi Orita, yang menjabat sebagai kepala eksekutif Japan Muslim Fashion Association (JMFA) mengatakan bahwa terdapat perkembangan dalam dunia fashion Muslim di Jepang mengingat meningkatnya minat untuk berkunjung ke Jepang, terutama melalui peraturan visa yang telah disederhanakan untuk negara-negara dengan mayoritas Muslim seperti Indonesia, Malaysia dan Thailand. Hal ini juga selaras dengan yang dikatakan oleh pemilik merek *Xiaxia Hijab* pada wawancara, yaitu:

まだまだ市場ができた、という状態ではないと考えています。日本国内に在住しているイスラム教徒の方々が、まだそこまで多いわけではないため、日本国内の市場としては、観光客に依存している状態とみています。(Kaori Kobayashi dalam wawancara 1 Juni 2025)

Menurut saya, pasarnya belum terbentuk. Jumlah Muslim yang tinggal di Jepang belum banyak, jadi pasar domestik masih bergantung pada wisatawan.

Meskipun jumlah masyarakat Muslim di Jepang yang terbatas, lingkungan bagi Muslim terus membaik di Jepang. Selain itu, pakaian tradisional Jepang yaitu Kimono memiliki kesamaan dengan fashion Muslim, karena terdapat budaya tradisional untuk menutupi kulit pada orang Jepang. Hal ini menunjukkan bahwa adanya keterkaitan perempuan Jepang dengan fashion Muslim (Smith, 2017). Hal

ini juga selaras dengan yang dikatakan oleh perwakilan merek Watasi Japan LLC tentang Fashion Muslim di Jepang pada wawancara, yaitu:

まだ発展途上ではありますが、徐々に注目されてきています。日本の美意識とイスラムの価値観が重なる点が多く、将来に向けての可能性を強く感じています。(Nawa Junko dalam wawancara 12 Juni 2025)
Meskipun masih berkembang, tetapi secara bertahap mulai menarik perhatian. Ada banyak hal yang saling berhubungan antara estetika Jepang dan nilai-nilai Islam, dan saya merasa ada potensi besar di masa mendatang.

Fashion Muslim di Jepang tidak hanya berkembang melalui pelaku industri fashion lokal, tetapi juga menarik perhatian pelaku industri fashion dari negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim, seperti Singapura. Meskipun begitu, perkembangan fashion Muslim di Jepang masih menghadapi sejumlah tantangan, terutama yang berkaitan dengan kondisi ekonomi makro. Berdasarkan informasi yang dikutip dalam artikel, impor pakaian siap pakai (*ready-to-wear*) di Jepang mengalami penurunan sebesar 8,5% dalam delapan bulan pertama tahun 2016. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat peluang, untuk memasuki pasar bagi produk fashion Muslim tetap harus dilakukan secara strategis dan berkelanjutan (Smith, 2017).

Oleh karena itu, fashion Muslim di Jepang memiliki prospek yang menjanjikan, terutama sebagai bagian dari strategi dalam pariwisata dan diplomasi budaya. Dukungan dari asosiasi seperti JMFA serta keterlibatan desainer internasional turut memperkuat posisi modest fashion sebagai bagian dari industri kreatif yang inklusif dan responsif terhadap kebutuhan global.

Fenomena global dalam *modest fashion* terlihat jelas di lima wilayah dengan penggabungan budaya lokal dan busana Muslim yang kental makna. Di Indonesia, kebaya dan batik yang menjadi identitas nasional telah dimodifikasi menjadi busana Muslim yang lebih syar'i dan modern, menjaga keanggunan tradisional sekaligus relevan di era kontemporer. Sementara itu di Maroko, kaftan tradisional ditransformasi menjadi pilihan busana muslim modern yang elegan dengan bordiran khas dan siluet longgar (voguebusiness, 2024). Di India, percampuran sari dengan hijab dan blus tertutup mencerminkan harmoni antara tradisi lokal dan modern yang semakin populer di kalangan Muslimah urban. Di Thailand Selatan, baju kurung dan kebaya Melayu telah disesuaikan dengan syariat Islam melalui potongan longgar dan hijab, menjaga identitas Melayu tetap hidup sambil memenuhi nilai berpakaian Muslim. Sedangkan di Dagestan, Rusia, tampak perempuan Muslim, terutama di kalangan mahasiswa menggabungkan elemen pakaian tradisional Dagestan dengan hijab dalam gaya kontemporer yang tetap mempertahankan norma budaya lokal (Seferbekov, 2019).

Fenomena serupa juga mulai terlihat di Jepang, di mana pelaku industri busana merespons kebutuhan wisatawan Muslim dengan mengadaptasi budaya lokal ke dalam busana yang sesuai dengan nilai-nilai kesopanan Islam. Dalam merespon peluang di pasar *modest fashion* Jepang, khususnya untuk wisatawan Muslim, sejumlah pelaku usaha di Jepang mulai mengembangkan produk fashion yang menggabungkan unsur tradisional Jepang dengan nilai-nilai kesopanan Islam. Penulis mengambil dua contoh utama dari fenomena ini yaitu merek lokal Jepang

Xiaxia Hijab Japan dan *Watasi Japan LLC*, yang mengusung produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya.

Xiaxia Hijab Japan, didirikan oleh Kaori Kobayashi, fokus pada *upcycling* kimono antik menjadi hijab modern dengan bahan kombinasi kain Jepang dan chiffon.

着物生地と薄手のシフォン生地を組み合わせた着物ヒジャブをメインに販売しています。また、お客様からのご要望が多かったアバヤについても、昨年より製作を開始し、着物アバヤとして販売しています。このほか、日本国内の店舗では、着物シュシュや着物ブローチなどの小物も販売しています。

(Kaori Kobayashi dalam wawancara 1 Juni 2025)

Kami fokus menjual Hijab Kimono yang menggabungkan kain Kimono dan kain Sifon tipis. Kami juga mulai membuat Abaya tahun lalu, dikarenakan permintaan tinggi dari pelanggan dan menjualnya sebagai Abaya Kimono. Selain itu, kami juga menjual produk lain seperti ikat rambut Kimono dan bros Kimono di toko offline.

Berdasarkan pernyataan diatas, *Xiaxia Hijab Japan* juga mengembangkan produk Kimono Abaya atas permintaan yang tinggi, yaitu abaya yang terinspirasi dari potongan kimono. Produk mereka tidak hanya memenuhi fungsi busana, tetapi juga menyisipkan simbol dan nilai budaya Jepang, menciptakan harmoni antara dua identitas budaya yang berbeda.

現在でもトレンドが始まった、という状態ではないと考えています。もともと、着物ヒジャブは私たちが事業を始める以前は、日本国内で数社程度が展開し、注目が高まりつつあった時代が一時期ありました。しかし、コロナの影響でそれらがすべて頓挫してしまい、ほとんどの企業が事業撤退してしまった、のが2020年前後ぐらいです。その後、コロナの回復とともに、徐々に訪日観光客が増え、また、SNSの発展に伴い、再び着物ヒジャブに注目

が集まってきた、と考えています。(Kaori Kobayashi dalam wawancara 1 Juni 2025)

Menurut saya, ini bukanlah fenomena yang baru. Sebelum kami memulai usaha ini, ada beberapa perusahaan di Jepang yang mengembangkan Hijab Kimono dan sempat menarik perhatian. Namun, karena dampak COVID-19, semua itu berhenti dan sebagian besar perusahaan tersebut harus tutup sekitar tahun 2020. Setelah itu, seiring pulihnya pandemi COVID-19, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Jepang berangsur-angsur meningkat, dan dengan berkembangnya media sosial, Hijab Kimono mulai menarik perhatian lagi.

Berdasarkan pernyataan tersebut, mencerminkan tujuan praktis para pelaku usaha, yaitu memenuhi kebutuhan pasar akan busana Muslim yang unik dan sopan, yang semakin meningkat terutama pasca-pandemi COVID-19.

8 年前にマレーシアを旅行で訪れた際、そこで見た色とりどりのヒジャブに大変感銘を受けました。もともと、家に着物があり、私自身も着物が好きだったこともあって、「ヒジャブを着物で製作したら、とても美しいものができるのではないか」というアイデアを思いつき、帰国後すぐにミシンを買って試行錯誤しながらヒジャブづくりにとりくんだことがきっかけです。はじめは、事業として展開する想定はなかったのですが、周囲の方から大変ご好評をいただくことが多く、そこから徐々に販売し、今に至ります。(Kaori Kobayashi dalam wawancara 1 Juni 2025)

Ketika saya mengunjungi Malaysia 8 tahun yang lalu, saya sangat terkesan dengan Hijab warna-warni yang saya lihat di sana. Saya punya kimono di rumah dan saya juga suka kimono, ini memberikan saya ide bahwa jika saya mengolah Kimono menjadi Hijab, hasilnya akan menjadi sangat indah. Setelah saya kembali ke Jepang, saya langsung membeli mesin jahit dan mulai membuat Hijab melalui uji coba. Awalnya, saya tidak berencana untuk mengembangkannya menjadi usaha, tetapi saya menerima banyak respon positif dari orang-orang di sekitar saya, jadi saya perlahan-lahan mulai menjualnya, dan begitulah cara saya sampai ke tempat saya sekarang.

Sedangkan pernyataan diatas mencerminkan motivasi personal dan emosional seperti yang dialami Kaori Kobayashi saat kunjungannya ke Malaysia di mana ia terinspirasi oleh keindahan hijab warna-warni dan memutuskan untuk menyelaraskan pengalamannya itu dengan kecintaannya terhadap budaya Jepang, khususnya kimono. Demikian juga dengan *Watasi Japan LLC*, yang disampaikan oleh Nawa Junko pada wawancara, yaitu:

大学時代のマレーシアで生活した経験や、日本での育児中女性の就労支援をきっかけに設立しました。着物に込められた「母から子への想い」を、宗教や国を超えて届けたいという願いが 原点です。(Nawa Junko dalam wawancara 12 Juni 2025)

Saya mendirikan perusahaan ini setelah menjalani kehidupan di Malaysia selama masa kuliah dan ingin mendukung lapangan pekerjaan bagi para wanita yang membesarkan anak-anak di Jepang. Titik awalnya adalah keinginan saya untuk menyampaikan "perasaan seorang ibu kepada anaknya" yang diwujudkan dalam kimono, terlepas dari agama atau negaranya.

Berdasarkan pernyataan tersebut, Nawa Junko termotivasi mendirikan usahanya karena keinginannya untuk membantu menciptakan lapangan pekerjaan untuk perempuan yang sedang membesarkan anak di Jepang dan keinginan menyampaikan “perasaan seorang ibu kepada anaknya” melalui produk yang ia ciptakan.

Sedangkan *Watasi Japan LLC* tampak dalam strategi bisnisnya yang ingin menjangkau pasar Muslim dengan produk yang sesuai prinsip kesopanan Islam namun tetap mempertahankan nilai estetika Jepang. Hal ini disampaikan oleh Nawa Junko pada wawancara, yaitu

当社は 2015 年からこの事業を開始しましたが、その当時から少数ながらも着物とム スリムファッションの融合は存在していました。 インバウンド観光の増加により、最近はより注目されています。文化的関心や和装への憧れが背景にあり、宗教的配慮をふまえたこのトレンドには大きな意義を感じています。(Nawa Junko dalam wawancara 12 Juni 2025)

Perusahaan kami mulai menjalankan usaha ini pada tahun 2015 dan saat itu perpaduan kimono dan busana Muslim sudah ada, meskipun jumlahnya masih sedikit. Dengan meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara, tren ini semakin menarik perhatian akhir-akhir ini. Di balik itu, ada minat budaya dan aspirasi untuk mengenakan pakaian Jepang, dan saya merasa tren ini juga sangatlah penting karena mempertimbangkan agama.

Tindakan sosial dapat dipahami melalui makna yang dibentuk oleh individu berdasarkan pengalaman hidup mereka. Realitas sosial dalam konteks ini tercermin dari interpretasi pribadi atas pengalaman sehari-hari, sebagaimana terlihat dalam perjalanan dua pendiri merek busana Muslim Jepang, yaitu *Xiaxia Hijab Japan* dan *Watasi Japan LLC*. Kaori Kobayashi, pendiri *Xiaxia*, memaknai pengalamannya bertemu komunitas Muslim di Malaysia sebagai titik balik yang membentuk pandangannya terhadap hijab. Meskipun bukan Muslim, ia melihat hijab sebagai simbol empati lintas budaya, yang kemudian diwujudkan melalui desain hijab berbahan kimono Jepang. Tantangan pribadi seperti tidak memiliki latar belakang menjahit turut membentuk pilihan dan langkahnya sebagai pelaku usaha. Hal serupa terjadi pada Junko Nawa dari *Watasi Japan LLC*, yang memperoleh pemahaman tentang *modest fashion* dari pengalamannya tinggal di Malaysia. Ia menafsirkan kebutuhan akan pakaian Muslimah sebagai peluang untuk mengintegrasikan nilai budaya Jepang melalui kain kimono daur ulang. Tindakan bisnis yang mereka jalankan merupakan cerminan dari pertemuan budaya dan pengalaman hidup yang membentuk orientasi serta keputusan mereka. Inovasi ini tidak hanya berakar pada

motivasi ekonomi, tetapi juga didorong oleh pengalaman personal dan keinginan untuk menghubungkan perbedaan budaya. Produk-produk yang dihasilkan tidak semata-mata berfungsi sebagai komoditas, tetapi juga sebagai sarana komunikasi budaya dan pembentukan identitas, yang menunjukkan peran aktif pelaku usaha dalam membangun jembatan antar budaya melalui dunia *fashion*.

3.1.1 *Xiaxia Hijab Japan*

Kimono Hijab dan Kimono Abaya menunjukkan adanya akulturasi yang mendalam dengan makna sosial-emosional, di mana kreativitas pelaku usaha mencerminkan gabungan antara tujuan fungsional (bisnis) dan pengalaman kultural pribadi. Pelaku usaha tidak hanya memproduksi barang untuk memenuhi permintaan pasar, tetapi juga menyampaikan narasi yang mendalam tentang saling menghargai antarbudaya dan masa depan yang inklusif.

Kaori Kobayashi menyatakan bahwa tujuannya adalah menjadi jembatan pemahaman antara budaya Jepang dan Islam. Ia mengungkapkan:

前提として、着物は現在日本国内ではほとんど着用される機会がなく、将来的には、衰退していく文化であると考えています。また、イスラムについて日本人はほとんど知らない人が多く、また、メディアによるネガティブなイメージを持ちがちという現状があります。私たちがこの事業をしている目的は、着物の美しさとイスラムの持つ美しさを掛け合わせて、たくさんの人々に知ってもらうことで、日本とイスラム、お互いにより印象を相手に持ってもらい、そこから文化の調和と笑顔をもたらすきっかけをつくる、ということです。微力な活動ではありますが、True Beauty knows No Borders というビジョンの元、少しでも上記の思いを皆様に伝えていけるよう、これからも頑張ります。(Kaori Kobayashi dalam wawancara 1 Juni 2025)

Saat ini sangat sedikit kesempatan untuk mengenakan kimono di Jepang dan kami percaya bahwa di masa mendatang budaya ini akan menurun. Selain itu, pemahaman masyarakat Jepang tentang Islam cenderung rendah dan sering kali media menggambarkannya secara negatif. Tujuan bisnis kami adalah untuk memadukan keindahan kimono dengan keindahan Islam sehingga orang dapat lebih memahami keduanya. Dengan begitu Jepang dan Islam akan memiliki kesan yang baik satu sama lain dan dapat menciptakan kesempatan untuk mewujudkan keharmonisan budaya dan senyuman. Meskipun kegiatan yang kami lakukan masih kecil, sesuai dengan visi kami yaitu *True Beauty Knows No Borders*, kami akan terus berusaha sebaik mungkin untuk menyampaikan pemikiran di atas kepada semua orang.

Pesan tersebut menunjukkan bahwa produk yang diciptakannya bukan sekadar pakaian, tetapi juga sebagai sarana untuk berkomunikasi antar budaya. Dengan mengusung visi “*True Beauty Knows No Borders*”, *Xiuxia Hijab Japan* berupaya menciptakan kesan positif terhadap Islam di mata masyarakat Jepang, sekaligus memperkenalkan keunikan budaya Jepang kepada masyarakat Muslim global.

Respon masyarakat terhadap produk kimono yang dipadukan dengan Hijab dan Abaya di Jepang menunjukkan dinamika sosial yang kompleks antara penerimaan, penolakan, dan perubahan pandangan budaya. Kaori Kobayashi mengakui bahwa terdapat respon negatif dari sebagian masyarakat Jepang, khususnya dari kalangan konservatif. Ia menjelaskan:

SNS などでは批判的な意見はあります。日本国内で、保守的な人たち等からは、イスラム教に関するマイナスイメージを強く持っている人たちも多く、文化や習慣の違いから、日本にイスラムを持ち込むな、という意見を持っている人もいます。そういった方々からは批判を受けることもしばしばあります。
(Kaori Kobayashi dalam wawancara 1 Juni 2025)

Ada opini kritis di media sosial. Di Jepang, banyak orang konservatif memiliki citra negatif yang kuat tentang Islam,

dan beberapa orang berpendapat bahwa Islam tidak boleh dibawa ke Jepang karena perbedaan budaya dan adat istiadat. Kami sering menerima kritik dari orang-orang seperti itu.

Selain respon negatif, Kaori Kobayashi menegaskan bahwa respon positif jauh lebih dominan. Produk hijab berbahan kimono yang ia kembangkan ternyata berkontribusi dalam mengubah cara pandang masyarakat terhadap Islam.

ただし、ほとんどの人たちからは好意的な意見をいただくことが多いです。事実、私たちの活動を知ってから、ヒジャブやイスラム教徒に関する知識や見え方が変わった、広がった、という意見をいただくこともあり、大変うれしく思っております。(Kaori Kobayashi dalam wawancara 1 Juni 2025)

Namun, kebanyakan orang memberi kami respon positif. Bahkan kami terkadang diberi tahu bahwa pengetahuan dan pandangan mereka tentang jilbab dan Muslim telah berubah atau berkembang sejak mereka mengetahui kegiatan kami, yang membuat kami sangat senang.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa produk *modest fashion* yang terinspirasi oleh nilai-nilai budaya dan etika mampu menjadi sarana perubahan sosial, dengan memperluas pemahaman antar budaya melalui pendekatan visual dan estetika.

3.1.2 *Watasi Japan LLC*

Watasi Japan LLC menyampaikan pesan yang lebih mendalam melalui konsep “MIRAI ETHICAL MODEST”, Nawa Junko mengungkapkan bahwa:

「伝統は、守るだけでなく、つなぐもの」。異なる文化が出会い、互いを尊重し、美しさとして調和する。日本の女性から世界中の女性へ、“一歩前に進む勇気”を届けたい。それが「MIRAI ETHICAL MODEST」という理念のもと、WATASI JAPANの願いです。(Nawa Junko dalam wawancara 12 Juni 2025)

"Tradisi tidak hanya harus dilestarikan, tetapi juga untuk dipersatukan". Berbagai budaya bertemu, saling menghormati, dan hidup bersama dalam keharmonisan yang indah. Kami ingin menyampaikan "keberanian untuk melangkah maju" dari wanita Jepang kepada wanita di seluruh dunia. Itulah keinginan WATASI JAPAN, dibawah prinsip "MIRAI ETHICAL MODEST".

Pernyataan tersebut menggambarkan tujuan jangka panjang yang berfokus pada masa depan, dengan visi "*MIRAI ETHICAL MODEST*" yang memiliki makna "*mirai*" (masa depan), berarti produk yang menghubungkan masa lalu dengan masa depan, "*ethical*" berarti produk yang ramah lingkungan dan membuat bahagia, serta "*modest*" berarti keindahan yang sederhana dan universal. *Watasi Japan LLC* secara aktif mengaitkan fashion dengan nilai moral dan sosial, menjadikan produk mereka sebagai bagian dari gerakan etis yang menekankan pentingnya harmoni dan keberagaman.

Pesan yang disampaikan oleh pelaku usaha memperkuat argumen bahwa produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya tidak hanya menjadi wujud dari kebutuhan pasar wisata halal, tetapi juga merupakan media yang mengandung makna simbolis, spiritual, dan sosial. Berdasarkan wawancara, *Watasi Japan LLC* menyatakan bahwa tanggapan masyarakat secara umum cenderung positif, meskipun tidak sepenuhnya tanpa kritik. Mereka menyebutkan bahwa masyarakat menganggap produk mereka sebagai bentuk "perpaduan yang indah" antara budaya Jepang dan Islam. Bahkan dari kalangan Muslim sendiri, produk seperti kimono abaya dan hijab motif kimono disambut baik. Tetapi, tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat juga pandangan minor yang mempertanyakan relevansi estetika dalam pakaian religius.

多くは好意的で、「美しい融合」との声も多いです。イスラム教徒の方々からおおむね好意的に受け入れられています。一部には“宗教的衣装にファッション性は不要”というご意見もあるようですが、多くの方には好意的に受け入れられています。(Nawa Junko dalam wawancara 12 Juni 2025)

Kebanyakan orang menyukainya, banyak yang menyebutnya sebagai "perpaduan yang indah." Perpaduan ini juga diterima dengan baik oleh umat Muslim. Meskipun ada beberapa orang yang mengatakan bahwa "pakaian keagamaan tidak perlu modis," namun sebagian besar orang menerimanya dengan baik.

Tanggapan ini menunjukkan bahwa terdapat beragam pandangan dalam masyarakat mengenai pertemuan antara nilai agama dan budaya. Akan tetapi, *Watasi Japan LLC* tetap konsisten pada visi mereka, yakni membangun jembatan pemahaman antara budaya Jepang dan Islam melalui fashion yang inklusif dan bermakna.

Oleh karena itu, dukungan masyarakat terhadap produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya tidak hanya memberikan dorongan moral bagi pelaku usaha, tetapi juga menegaskan pentingnya pendekatan budaya dalam menjawab kebutuhan sosial yang lebih luas.

3.2 Akulturasi Budaya Busana Muslim dan Busana Jepang pada Produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya

3.2.1 *Xiaxia Hijab Japan*

Kaori Kobayashi, pendiri *Xiaxia Hijab Japan* mendapatkan ide awal pada 2017 saat ia mengunjungi Malaysia. Ia sangat terkesan melihat keragaman dan keindahan hijab yang dikenakan Muslimah, yang jauh dari stereotip hijab hitam

monoton, hal ini mengubah persepsinya terhadap Islam secara signifikan. Hal ini disampaikan Kaori Kobayashi dalam wawancara:

8 年前にマレーシアを旅行で訪れた際、そこで見た色とりどりのヒジャブに大変感銘を受けました。もともと、家に着物があり、私自身も着物が好きだったこともあって、「ヒジャブを着物で製作したら、とても美しいものができるのではないか」というアイデアを思いつき、帰国後すぐにミシンを買って試行錯誤しながらヒジャブづくりにとりくんだことがきっかけです。はじめは、事業として展開する想定はなかったのですが、周囲の方から大変ご好評をいただくことが多く、そこから徐々に販売し、今に至ります。(Kaori Kobayashi dalam wawancara 1 Juni 2025)

Ketika saya mengunjungi Malaysia 8 tahun yang lalu, saya sangat terkesan dengan Hijab warna-warni yang saya lihat di sana. Saya punya kimono di rumah dan saya juga suka kimono, ini memberikan saya ide bahwa jika saya mengolah Kimono menjadi Hijab, hasilnya akan menjadi sangat indah. Setelah saya kembali ke Jepang, saya langsung membeli mesin jahit dan mulai membuat Hijab melalui uji coba. Awalnya, saya tidak berencana untuk mengembangkannya menjadi usaha, tetapi saya menerima banyak respon positif dari orang-orang di sekitar saya, jadi saya perlahan-lahan mulai menjualnya, dan begitulah cara saya sampai ke tempat saya sekarang.

Dengan terinspirasi oleh keindahan dan nilai-nilai estetika pada hijab serta kecintaannya terhadap kimono Jepang kuno, Kobayashi bertekad menciptakan produk yang menyatukan identitas budaya Jepang dan Islam melalui dunia *fashion*. Tekad dan ketertarikan tersebut mendorongnya untuk mulai merancang Hijab secara mandiri. Seiring dengan meningkatnya permintaan dari konsumen, ia kemudian memutuskan untuk memproduksi abaya, meskipun pada awalnya belum memahami sepenuhnya mengenai busana tersebut. Untuk mengatasi keterbatasan pengetahuan, ia melakukan riset secara mandiri serta berdiskusi dengan komunitas

Muslim yang menetap di Jepang, guna memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan nilai-nilai pemakainya. Hal ini disampaikan Kaori Kobayashi dalam wawancara:

マレーシアでヒジャブに衝撃を受けたことで、「ヒジャブを作る」ということは最初から決まっていました。アバヤはヒジャブの販売を続ける過程であまりにもご要望が多かったため、当時はアバヤというものを知らなかったのですが、自身でいろいろ調べたり、在日のイスラム教徒の方にお話をお伺いしながら、製作することを決めました。(Kaori Kobayashi dalam wawancara 1 Juni 2025)

Saya terkejut dengan hijab di Malaysia, sejak saat itulah saya memutuskan untuk membuat hijab. Karena saya terus berjualan hijab, saya menerima begitu banyak permintaan untuk abaya sehingga saya memutuskan untuk membuatnya, meskipun saat itu saya tidak tahu apa itu abaya. Saya melakukan riset mandiri dan berbicara dengan orang-orang Muslim yang tinggal di Jepang.

Menurut teori akulturasi oleh John W. Berry (1997), strategi integrasi terjadi ketika individu atau kelompok mempertahankan identitas budaya asal sambil aktif berinteraksi dengan budaya lain. Dalam hal ini, Kaori Kobayashi selaku pemilik dari Xixia Hijab Japan menunjukkan sikap terbuka dan apresiatif terhadap budaya Islam ketika mengunjungi Malaysia, di mana Kaori Kobayashi terinspirasi oleh keragaman dan keindahan hijab yang jauh dari stereotip hitam monoton. Terpukau oleh nilai estetika hijab serta kecintaannya terhadap kimono tradisional Jepang, Kaori Kobayashi bertekad mengintegrasikan kedua budaya tersebut melalui dunia *fashion* dengan menciptakan produk yang mencerminkan identitas Jepang dan nilai-nilai Islam. Meskipun awalnya belum memahami sepenuhnya tentang busana Muslim seperti abaya, Kaori Kobayashi menunjukkan sikap mandiri dan proaktif dengan melakukan riset serta berdiskusi langsung bersama komunitas Muslim di

Jepang untuk memastikan produknya sesuai kebutuhan dan nilai-nilai pemakainya. Kaori Kobayashi juga menunjukkan empati dan kolaborasi lintas budaya, serta komitmen untuk menghadirkan produk yang tidak hanya indah secara estetika tetapi juga menghargai prinsip-prinsip spiritual dan sosial para konsumennya. Sikap-sikap ini mencerminkan integrasi budaya yang harmonis dan inklusif, serta menjadi contoh nyata dari semangat toleransi, kreativitas, dan penghormatan terhadap keberagaman.

3.2.1.1 Proses Pembuatan Kimono Hijab dan Kimono Abaya *Xiaxia Hijab Japan*

Xiaxia Hijab Japan menggunakan kimono antik berusia kurang lebih dari seratus tahun yang masih dalam kondisi baik sebagai bahan utama.



Gambar 3. 1 Proses Pencucian Kimono Antik
(Sumber: Instagram Xixiahijabjapan, 2024)

Proses pencucian kimono antik memerlukan waktu beberapa hari dan dilakukan melalui beberapa tahapan yang teliti. Pertama, benang-benang kimono dibuka dan

direndam dalam air untuk pencucian pertama. Setelah itu, benang dikeringkan di tempat yang teduh agar tidak rusak akibat sinar matahari langsung. Selanjutnya dilakukan proses penghilangan noda pada benang, kemudian benang dicuci kembali untuk memastikan noda benar-benar hilang. Setelah pencucian kedua, benang kembali dikeringkan di tempat teduh dan disetrika agar rapi. Proses pencucian, pengeringan, dan penyetrikaan ini diulang beberapa kali guna menjaga kualitas dan kebersihan kain kimono antik secara optimal.



Gambar 3. 2 Proses Pembongkaran Kimono Antik dan Penjahitan menjadi Hijab dan Abaya

(Sumber: Instagram Xixiahijabjapan, 2024)

Selanjutnya melalui proses pembongkaran (*unpicking*) dan dijahit kembali secara manual menjadi Hijab persegi atau Hijab *rectangle* serta Kimono Abaya. Bahan sutra dari Kimono dipadukan dengan chiffon atau sha-gauze untuk menghasilkan tekstur yang ringan dan nyaman (Xiayahijabjapan, 2025). Kaori Kobayashi menyatakan bahwa dalam proses perancangan, ia berupaya untuk membuat produk yang mendekati apa yang dikenakan Muslim dalam kehidupan sehari-hari mereka

serta mewawancarai banyak Muslim untuk mengonfirmasi pola apa saja yang tidak boleh digunakan dan menghindari desain yang berpotensi menyinggung.

なるべくイスラム教徒の方が、普段の生活で着用されているものに近い物を作るように心がけています。また、使ってはいけない絵柄等をイスラム教徒の方にたくさん取材したうえで確認し、それらを盛り込まないようなデザインを心がけています。(Kaori Kobayashi dalam wawancara 1 Juni 2025)

Saya mencoba membuat hal-hal yang semirip mungkin dengan apa yang dikenakan umat Muslim dalam kehidupan sehari-hari mereka. Saya juga mewawancarai banyak umat Muslim untuk memastikan pola dan desain apa yang dilarang dan mencoba menghindarinya dalam desain saya.

Selain itu, proses pengembangan produk dilakukan secara kolaboratif dengan berbagai pihak yang memiliki pengetahuan budaya maupun pengalaman langsung, seperti wanita Muslim yang belajar *fashion* di Jepang, pengelola masjid di Jepang, dan perajin tradisional yang menggambar pola kimono.

日本国内に留学している、ムスリム女性でファッションの勉強をされている学生の方や、日本国内でモスクを運営されている方々、着物の絵柄を描く伝統工芸士の方等、様々な方のお力をお借りしています。(Kaori Kobayashi dalam wawancara 1 Juni 2025)

Kami menerima bantuan dari berbagai pihak, termasuk wanita Muslim yang belajar mode di Jepang, orang-orang yang mengelola masjid di Jepang, dan perajin tradisional yang menggambar pola kimono.

Hal ini menunjukkan komitmen dalam menghadirkan produk yang autentik sekaligus menghormati kedua budaya yang terlibat. Aspek penting lainnya dalam proses kreatif adalah prinsip menghormati budaya. Kaori Kobayashi menyampaikan:

最も大切にしている考え方は、「文化に対して敬意を持つこと」であると思います。商品開発する際などには、必ず当事者やお客様に意見や考えを聞いたうえで、我々がやろうとしていることが、実は文化や宗教に対して不敬に映ってしまう可能性はないか、という点に常に注意を払っています。(Kaori Kobayashi dalam wawancara 1 Juni 2025)

Hal terpenting adalah menghormati budaya. Saat mengembangkan produk, kami selalu mendengarkan pendapat dan pemikiran orang-orang yang terlibat dan pelanggan kami, dan kami selalu berhati-hati untuk memastikan bahwa apa yang kami coba lakukan dapat dianggap tidak menghormati budaya atau agama.

Prinsip ini dijadikan pedoman untuk menghindari bentuk pengambilan budaya yang merugikan pihak tertentu.

Terkait kekhawatiran akan hilangnya nilai tradisional kimono akibat penggunaannya dalam busana Muslim, Kaori Kobayashi menjelaskan bahwa mereka menggunakan kimono antik yang sudah tidak banyak digunakan lagi sebagai bentuk pelestarian budaya. Dalam wawancara Kaori Kobayashi menyampaikan:

私たちが活用している着物は「アンティーク着物」で、現在ではあまり使用されなくなってしまったデザインの着物を採用してヒジャブやアバヤを作っています。考え方は人それぞれなので、様々な意見があると思いますが、私たちは、日本の文化の美しさとイスラム教の持つ美しさを調和させて、世界に笑顔を少しでも生み出したい、という思いをこめてこの事業を展開しています。

それゆえ、「長く使われてきた着物」がこのまま捨て去られてしまうよりも、姿かたちを変えて伝統を次の世代につないでいくことにつながる、と考えており、これまでの伝統的な意味や価値が失われるとは考えていません。実際、こうしたムスリムファッションだけでなく、着物をアップサイクルした商品などは、大変種類が多いことから、こうした着物の活用については、日本国内でも好意的に見てくだ

さるものがほとんどです。(Kaori Kobayashi dalam wawancara 1 Juni 2025)

Kimono yang kami gunakan adalah "kimono antik", dan kami menggunakan desain kimono yang sudah tidak banyak digunakan saat ini untuk membuat Hijab dan Abaya. Terdapat berbagai pendapat karena setiap orang memiliki cara berpikirnya sendiri,, tetapi kami mengembangkan bisnis ini dengan keinginan untuk menyelaraskan keindahan budaya Jepang dengan keindahan Islam dan membawa senyuman kepada dunia. Oleh karena itu, daripada hanya membuang "kimono yang sudah lama digunakan", kami percaya bahwa mengubah penampilannya akan mengarah pada pewarisan tradisi kepada generasi berikutnya, dan kami tidak percaya bahwa makna dan nilai tradisional akan hilang. Faktanya, tidak hanya busana Muslim, tetapi juga sangat beragam produk yang telah didaur ulang dari kimono, sehingga penggunaan kimono ini secara umum dipandang baik di Jepang.

Pernyataan ini menunjukkan adanya upaya oleh produsen untuk merawat warisan budaya Jepang melalui daur ulang yang inovatif, serta menegaskan bahwa pemanfaatan kembali kimono dalam konteks busana Muslim tidak dimaksudkan untuk menghapus nilai tradisional, melainkan mengharmoniskan keindahan budaya Jepang dengan nilai-nilai Islam.

Strategi integrasi John W. Berry (1997) terlihat jelas dalam pendekatan Kaori Kobayashi yang penuh penghargaan, kehati-hatian, dan kolaborasi dalam menciptakan produk busana yang menyatukan unsur budaya Jepang dan Islam. Kaori Kobayashi menunjukkan sikap terbuka dan menghargai keberagaman dengan memanfaatkan kimono antik sebagai bahan utama hijab dan abaya, sekaligus menjaga nilai kesopanan dan estetika yang dijunjung dalam budaya Muslim. Kaori Kobayashi tidak sekadar memadukan dua unsur budaya secara estetis, tetapi juga menunjukkan komitmen mendalam terhadap pemahaman makna dan nilai-nilai di

balik keduanya. Hal ini terlihat dari upayanya mewawancarai Muslim untuk mengetahui motif apa yang tidak boleh digunakan dan memastikan desain tidak menyinggung sensitivitas agama. Kaori Kobayashi juga berkolaborasi dengan komunitas Muslim dan pelaku budaya Jepang, seperti wanita Muslim, pengelola masjid, dan seniman pola kimono, sebagai bentuk penghormatan dan validasi silang antarbudaya. Selain itu, ia menunjukkan sikap tanggung jawab budaya dengan menegaskan bahwa penggunaan kimono antik adalah upaya pelestarian, bukan penghapusan nilai tradisional Jepang. Melalui inovasi dan kesadaran lintas budaya ini, Kaori Kobayashi mencerminkan sikap yang inklusif, sensitif terhadap nilai-nilai lintas budaya, serta menjunjung prinsip keharmonisan dalam integrasi budaya.

3.2.1.2 Hasil Produk dan Analisis Motif dari Merek *Xiaxia Hijab Japan*

Produk kimono hijab dan kimono abaya dari merek *Xiaxia Hijab Japan* menunjukkan respons positif dari konsumen, khususnya wisatawan muslim yang mencari busana yang tidak hanya indah secara visual, tetapi juga kaya makna budaya. Kaori Kobayashi menyatakan:

やはり桜の絵柄が入っている着物ヒジャブは人気のようです。着物の模様については、ほとんどが「吉祥模様」といいまして、幸福をもたらすといわれる縁起の良い模様を選んでおります。(Kaori Kobayashi dalam wawancara 1 Juni 2025)
Kimono Hijab dengan motif bunga sakura tampaknya sangat populer. Motif-motif pada kimono, kebanyakan "motif keberuntungan", yaitu motif yang dipercaya dapat membawa kebahagiaan dan keberuntungan.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, hijab kimono bermotif bunga sakura merupakan produk yang paling populer di kalangan pelanggan. Produk yang ditawarkan bersifat terbatas (*limited-edition*) dan unik (*one-of-a-kind*), karena setiap item dibuat dari kain kimono antik asli. Dari satu kimono antik, hanya dapat dihasilkan sekitar lima hingga enam hijab dan satu hingga dua abaya, sehingga setiap produk memiliki nilai eksklusif dan tidak diproduksi massal. Hal ini menambah daya tarik tersendiri bagi konsumen, menjadikan produk *Xiaria Hijab Japan* bukan hanya sebagai busana, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi budaya.

Contoh produk Kimono Hijab *Xiaria Hijab Japan*:

Kimono Hijab 1:



Gambar 3. 3 (Kimono Hijab Square) Chrysanthemum and Gold paint patterns

(Sumber: xiaori.thebase, 2025)

Kimono Hijab tersebut terbuat dari “komon”. “Komon” adalah kimono yang dapat dikenakan secara kasual dan memiliki pola yang berkesinambungan di seluruh bagiannya. Hijab ini memiliki warna dasar hijau tua dengan bagian sisi yang diberi hiasan motif bunga krisan (*kiku*) dalam warna putih, abu-abu, ungu tua, dan

aksen jingga. Motif bunga krisan melambangkan musim gugur, keberuntungan serta umur panjang.

Kimono Hijab 2:



Gambar 3. 4 (Kimono Hijab) Kaga Yuzen
(Sumber: xiaori.thebase, 2025)

Kimono Hijab tersebut terbuat dari jenis kimono “houmongi”. “Houmongi” adalah kimono yang umumnya dikenakan pada acara formal seperti pernikahan atau upacara lainnya. Kimono yang digunakan menggunakan teknik pewarnaan Kaga Yuzen yaitu pewarnaan tradisional dari Prefektur Ishikawa. Hijab ini memiliki warna dasar krem kekuningan memberikan kesan hangat dan feminin. Motif terdiri dari bunga krisan dan peony berwarna putih, merah muda, ungu pucat, serta daun dalam nuansa hijau dan biru muda. Bunga krisan dan peony melambangkan keberuntungan, kejujuran, kecantikan abadi dan umur panjang.

Kimono Hijab 3:



Gambar 3. 5 (Kimono Hijab Square) Flowers and Old Japanese Garden pattern
(Sumber: xiaori.thebase, 2025)

Kimono Hijab tersebut terbuat dari kimono bermotif bunga dan taman Jepang kuno dipadukan dengan kain sifon berwarna merah muda. Jenis kimono yang digunakan adalah “visiting clothes”, kimono formal yang dikenakan dalam situasi seperti saat mengunjungi restoran atau teater. Motif utama terdiri dari bunga krisan (*kiku*) yang melambangkan musim gugur, keberuntungan dan umur panjang, dalam warna-warna hangat seperti merah, oranye, coklat, serta aksen hijau dan ungu.

Contoh produk Kimono Abaya *Xiaxia Hijab Japan*:

Seluruh Kimono Abaya dari *Xiaxia Hijab Japan* terbuat dari kimono bermotif bunga yang digambar menggunakan metode tradisional, yaitu menggambar dengan tangan di atas kimono yang disebut “hand-painted Yuzen”.

Kimono Abaya 1:



Gambar 3. 6 (Kimono Abaya) Sakura and snow ring patterns

(Sumber: xiaori.thebase, 2025)

Jenis Kimono yang digunakan dalam pembuatan Abaya tersebut disebut “visiting clothes”, merupakan kimono yang dikenakan pada acara-acara resmi. Kimono ini biasanya dikenakan pada upacara dan makan malam, dengan pola yang melambangkan keberuntungan, kebahagiaan, umur panjang, dan hubungan yang harmonis. Desain pada Kimono Abaya tersebut menampilkan motif bunga sakura yang berguguran serta elemen berbentuk lingkaran yang menyerupai salju, menciptakan kesan lembut dan elegan yang merefleksikan keindahan alam serta perubahan musim dalam budaya Jepang. Warna yang digunakan pada motif meliputi emas, krem, oranye, putih, dan merah bata, yang tidak hanya memberikan kontras pada latar hitam tetapi juga mencerminkan makna simbolis seperti kemewahan, kemurnian, serta perubahan musim.

Kimono Abaya 2:



Gambar 3. 7 (Kimono Abaya) Peony and Yellow gradient patterns

(Sumber: xiaori.thebase, 2025)

Abaya ini terbuat dari kimono yang dilukis tangan dengan indah menggunakan motif bunga peony, bunga plum dan bunga krisan. Motif bunga peony melambangkan keberuntungan, kejujuran, dan kecantikan abadi, sedangkan bunga plum dan bunga krisan melambangkan perdamaian dan umur panjang. Susunan pola bunga yang tampak seolah tumbuh dari bawah menciptakan harmoni visual yang tenang serta melambangkan keindahan alam dan kehidupan yang terus tumbuh. Gradasi warna abu-abu dan kuning lembut menambah keindahan pada Abaya serta penggunaan warna-warna pastel seperti merah muda, putih, dan hijau muda memperkuat kesan feminin dan elegan.

Kimono Abaya 3:



Gambar 3. 8 (Kimono Abaya) Flowers and grass patterns

(Sumber: xiaori.thebase, 2025)

Abaya tersebut terbuat dari kimono yang menampilkan Kaga Yuzen, teknik pewarnaan tradisional dari Prefektur Ishikawa. Sesuai dengan gaya naturalistik Kaga Yuzen, desainnya menggambarkan bunga yang menjulang ke atas dengan penuh vitalitas, sementara detail halus seperti gigitan serangga dan daun layu juga dibuat dengan cermat. Elemen-elemen ini tidak hanya mencerminkan keindahan alam tetapi juga ketidakkekalanannya, ciri khas estetika Kaga Yuzen yang halus. Abaya ini memiliki warna dasar merah muda kecokelatan dengan perpaduan warna pada motif yang digunakan, seperti putih, hijau muda, dan biru pucat, menciptakan kesan lembut dan natural.

Penggabungan motif kimono dalam hijab dan abaya merupakan bentuk akulturasi budaya yang sejalan dengan strategi integrasi dalam teori John W. Berry (1997), yaitu perpaduan dua budaya tanpa menghilangkan identitas masing-masing. Motif khas Jepang seperti bunga krisan dan sakura tetap mempertahankan makna

filosofisnya, namun diterapkan pada busana muslim yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Hal ini menunjukkan keberhasilan adaptasi unsur tradisional Jepang dalam bentuk busana muslim seperti Hijab dan Abaya tanpa kehilangan nilai estetika dan makna filosofisnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, penjualan produk lebih tinggi melalui toko *offline*, terutama di toko souvenir dan pusat wisata muslim. Kaori Kobayashi menyatakan,

オフラインの売上の方が高いです。 イスラム教徒向けのギフトショップや観光センターなどで商品を取り扱っていただいているので、購入客層としては観光客が非常に多いです。(Kaori Kobayashi dalam wawancara 1 Juni 2025)

Penjualan offline lebih tinggi. Produk kami dijual di toko souvenir dan pusat wisata Muslim, sehingga basis pelanggan kami sebagian besar adalah wisatawan.

Pernyataan ini menunjukkan bahwa akulturasi motif tidak hanya terjadi dalam desain, tetapi juga dalam strategi pemasaran yang menyasar wisatawan muslim sebagai pasar utama.

3.2.2 *Watasi Japan LLC*

Lahirnya inovasi busana Muslim bermotif Jepang oleh *Watasi Jepang LLC* berawal dari pengalaman pribadi pendirinya, Nawa Junko, yang pernah tinggal di Malaysia. Selama tinggal di negara dengan populasi Muslim yang signifikan tersebut, ia mengamati beragam gaya berhijab yang digunakan oleh Muslimah setempat. Pengalaman ini menumbuhkan ketertarikannya terhadap fashion Muslim dan sekaligus mendorong pemikiran mengenai bagaimana budaya Jepang dapat

diintegrasikan ke dalam gaya hidup Muslim. Hal ini disampaikan dalam wawancara:

大学時代のマレーシアで生活した経験や、日本での育児中女性の就労支援をきっかけに設立しました。着物に込められた「母から子への想い」を、宗教や国を超えて届けたいという願いが原点です。(Nawa Junko dalam wawancara 12 Juni 2025)

Saya mendirikan perusahaan ini setelah menjalani kehidupan di Malaysia selama masa kuliah dan ingin mendukung lapangan pekerjaan bagi para wanita yang membesarkan anak-anak di Jepang. Titik awalnya adalah keinginan saya untuk menyampaikan "perasaan seorang ibu kepada anaknya" yang diwujudkan dalam kimono, terlepas dari agama atau negaranya.

Motivasi tersebut melahirkan gagasan untuk menciptakan produk yang menggabungkan motif khas Jepang, khususnya Kimono dalam busana Muslim yaitu Hijab dan Abaya.

Nawa Junko menyatakan bahwa pemilihan Hijab dan Abaya sebagai jajaran produk didasarkan pada keyakinan bahwa perpaduan budaya Jepang dan busana Muslim akan berkelanjutan serta relevan secara budaya. Terlebih, terdapat banyak kesamaan antara kimono dan abaya, terutama dalam hal fungsi menutupi lekuk tubuh secara sopan. Hal ini disampaikan dalam wawancara:

和素材とムスリムファッションの融合が持続可能で文化的共感を得られると考えたためです。特に着物アバヤは非常に魅力的で、着物とアバヤの共通点も多く見出せます。(Nawa Junko dalam wawancara 12 Juni 2025)

Perpaduan material Jepang dan busana Muslim akan berkelanjutan dan akan mendapatkan simpati budaya. Kimono abaya khususnya sangat menarik dan ada banyak kesamaan antara kimono dengan abaya.

Inspirasi desain diambil dari beragam sumber, seperti pola tradisional Jepang, warna musiman, keanggunan wanita Muslim, hingga hasil kunjungan ke masjid dan perjalanan ke negara-negara Islam.

伝統的な文様や季節の色彩感覚、ムスリム女性のエレガンス、お客様の声、モスクの訪問、文化交流など、イスラム圏への渡航時等、多方面からインスピレーションを得ています。モデストファッションと着物の共通点（身体のラインを見せない等）にも着目しています。（Nawa Junko dalam wawancara 12 Juni 2025）

Saya mendapatkan inspirasi dari berbagai sumber, mulai dari pola tradisional, warna musiman, keanggunan wanita Muslim, umpan balik pelanggan, kunjungan masjid, pertukaran budaya, dan banyak lagi. Saya juga berfokus pada kesamaan antara *modest fashion* dan kimono (tidak memperlihatkan lekuk tubuh, dll.).

Dengan demikian, produk-produk ini tidak hanya memenuhi kebutuhan busana syar'i, tetapi juga menyampaikan budaya Jepang secara halus dan estetik. Pendekatan ini mencerminkan upaya integrasi budaya, di mana elemen dari dua budaya berbeda dipadukan secara harmonis tanpa menghilangkan identitas masing-masing (John W. Berry, 2005).

Berdasarkan teori akulturasi yang dikemukakan oleh John W. Berry (1997), strategi integrasi terjadi ketika individu atau kelompok mengadopsi dan mempertahankan elemen budaya asli dan budaya baru secara bersamaan, yang sesuai dengan langkah *Watasi Japan LLC* dalam pendekatan inovatif dan sensitif terhadap nilai-nilai budaya yang berbeda. Berawal dari pengalamannya tinggal di Malaysia, Nawa Junko menunjukkan sikap terbuka dan apresiatif terhadap budaya Muslim, khususnya dalam hal busana berhijab. Ketertarikan Nawa Junko pada gaya busana Muslimah membawanya pada gagasan untuk mengintegrasikan unsur

budaya Jepang, seperti motif kimono dan pola tradisional, ke dalam desain hijab dan abaya. Nawa Junko menunjukkan sikap adaptif dan kolaboratif, dengan memilih elemen-elemen budaya Jepang yang selaras secara nilai dan fungsi dengan busana Muslim, misalnya kesamaan kimono dan abaya dalam hal menutup tubuh secara sopan. Ia juga menunjukkan empati budaya dengan memahami kebutuhan akan busana syar'i dan berupaya mengemas nilai-nilai tersebut dalam balutan desain yang tetap mencerminkan identitas Jepang. Desain yang ia hasilkan bersumber dari perpaduan antara estetika Jepang (warna musiman, motif tradisional) dan nilai-nilai Islam (kesopanan, keanggunan), serta berdasarkan pengalaman langsung seperti kunjungan ke masjid dan negara-negara Muslim. Sikap ini mencerminkan penghormatan terhadap budaya lain tanpa menghilangkan identitas budaya sendiri, sekaligus menunjukkan upaya menciptakan ruang pertemuan yang harmonis antara dua kebudayaan melalui karya busana yang bernilai fungsional, estetis, dan simbolis.

3.2.2.1 Proses Pembuatan Kimono Hijab dan Kimono Abaya *Watasi Japan*

LLC

Tahapan produksi dimulai dari pemilihan kain kimono bekas atau kain tradisional baru, yang kemudian dipotong dan disesuaikan menjadi potongan hijab atau cardigan. Proses pemotongan dan penjahitan dilakukan oleh tenaga kerja lokal Jepang dengan perhatian khusus terhadap detail dan kualitas jahitan. Kombinasi antara teknik tradisional dan penyesuaian desain modern menciptakan produk yang

bukan hanya berfungsi sebagai pakaian, tetapi juga sebagai karya seni tekstil. Salah satu ciri khas dari proses produksi *Watasi Japan LLC* adalah sifat eksklusif produknya. Sebagian besar desain hanya dibuat satu helai, menjadikannya produk yang unik dan tidak massal. Strategi ini membangun nilai eksklusivitas dan personalisasi, sekaligus menekankan pentingnya kualitas dibandingkan kuantitas (GroovyJapan, 2022).



Gambar 3. 9 Proses Penjahitan Kimono Hijab dan Kimono Abaya *Watasi Japan LLC*
(Sumber: GroovyJapan, 2022)

Inovasi yang diusung oleh *Watasi Japan LLC* terlihat dari kemampuannya dalam mengadaptasi Kimono tradisional Jepang menjadi produk busana Muslim yang relevan dan menarik. Salah satu contohnya adalah penggunaan kain *Kurotomesode*, jenis kimono formal yang biasanya dikenakan dalam upacara pernikahan oleh perempuan Jepang. Kimono ini terbuat dari sutra berkualitas tinggi dan dihiasi dengan motif-motif yang dicetak secara manual, sehingga membutuhkan proses produksi yang rumit dan presisi tinggi (GroovyJapan, 2022). Inovasi yang dilakukan *Watasi Japan LLC* tidak hanya sebatas pemilihan bahan, tetapi juga melibatkan penyesuaian struktur dan desain agar sesuai dengan prinsip

modest fashion. Misalnya, motif yang semula digunakan dalam bentuk kimono disusun ulang agar selaras dengan potongan busana Muslim, baik dari segi panjang, kelonggaran, maupun *modest fashion* (Nazaya,2017).

Proses pembuatan kimono hijab dan kimono abaya oleh *Watasi Japan LLC* menunjukkan pendekatan desain yang tidak sekadar menggabungkan dua bentuk busana, melainkan mencerminkan proses akulturasi budaya yang sadar dan terarah. Dalam teori akulturasi yang dikembangkan oleh John W. Berry (1997), Strategi integrasi menjadi pedoman dalam produk *Watasi Japan LLC*. Dalam integrasi, individu atau kelompok mempertahankan budaya asal sembari mengadopsi budaya lain secara harmonis. Hal ini tercermin dalam pernyataan pihak *Watasi Japan LLC* yang menyatakan bahwa,

両文化への敬意を大切にし、文様や色使いは象徴性と季節感を重視。シルエットはイスラムの基準に沿うよう調整しています。ムスリムの方々からの助言も積極的に取り入れています。(Nawa Junko dalam wawancara 12 Juni 2025)

Kami menghargai rasa hormat terhadap kedua budaya dan pentingnya simbolisme dan nilai-nilai musim dalam pola serta warna yang digunakan. Siluet-siluet tersebut disesuaikan dengan standar Islam. Kami juga secara aktif mendengarkan nasihat dari umat Muslim.

Penyesuaian bentuk agar sesuai dengan prinsip syar'i Islam sambil tetap mempertahankan estetika motif Kimono Jepang merupakan bentuk nyata strategi integrasi dalam praktik desain.

Proses pembuatan produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya juga memperhatikan kolaborasi antarbudaya. Nawa Junko menyampaikan,

学生とのコラボレーションはあります。今後も積極的に検討しています。(Nawa Junko dalam wawancara 12 Juni 2025)

Kami telah berkolaborasi dengan para pelajar dan secara aktif mempertimbangkan untuk melakukannya di masa mendatang.

Kolaborasi ini memperkuat posisi *Watasi Japan LLC* dalam strategi integratif, karena melibatkan berbagai ahli antar budaya untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan merepresentasikan nilai-nilai dari kedua budaya.

Nawa Junko juga menolak anggapan bahwa penggabungan dua budaya dalam satu produk akan menghilangkan nilai tradisional kimono. Nawa Junko menyatakan,

むしろ新たな命を吹き込むことになると考えています。現代的感性や多様性の導入によって、文化を未来へつなぐことができると信じています。(Nawa Junko dalam wawancara 12 Juni 2025)

Sebaliknya, saya percaya hal tersebut akan memberikan kehidupan baru dan dengan memperkenalkan kepekaan dan keberagaman modern, kita dapat menghubungkan budaya dengan masa depan.

pendapat tersebut dengan jelas mendukung pendekatan integrasi yang positif, karena melihat akulturasi sebagai peluang pembaruan budaya bukan ancaman terhadap tradisi.

Dengan demikian, proses pembuatan Kimono Hijab dan Kimono Abaya dari *Watasi Japan LLC* mencerminkan strategi integrasi dalam teori akulturasi John W. Berry (1997). Melalui proses produksi yang melibatkan teknik tradisional Jepang serta penjahitan oleh tenaga lokal, Nawa Junko juga menunjukkan komitmen terhadap kualitas dan nilai eksklusivitas, sekaligus memajukan keterampilan lokal.

Nawa Junko tidak hanya menciptakan produk yang fungsional, tetapi juga menghadirkan busana sebagai karya seni yang merepresentasikan dua budaya. Selain itu, Nawa Junko menunjukkan sikap kolaboratif dengan melibatkan berbagai pihak dari latar belakang budaya yang berbeda dalam proses desain, untuk memastikan kesesuaian dengan nilai-nilai Islam tanpa menghilangkan estetika Jepang. Nawa Junko juga secara tegas menolak pandangan bahwa penggabungan dua budaya akan menghapus identitas budaya asal, dan justru melihat integrasi sebagai cara untuk memperkuat serta memperluas makna tradisi. Dengan demikian, sikap Nawa Junko mencerminkan integrasi budaya yang sadar, terarah, dan penuh rasa hormat terhadap nilai-nilai lintas budaya.

3.2.2.2 Hasil Produk dan Analisis Motif dari Merek *Watasi Japan LLC*

Salah satu keunggulan dari produk *Watasi Japan LLC* terletak pada motif yang digunakan. Motif yang dipilih mengandung makna filosofis dan nilai-nilai simbolis dari budaya Jepang yang secara signifikan relevan dengan nilai-nilai Islam, seperti keanggunan, kesabaran, dan harapan. Berdasarkan hasil wawancara, lima motif bunga utama yang digunakan dan maknanya adalah:

花の文様と意味 (5 種)

1. 桜 (さくら) - 希望・繁栄・新しい始まり
2. 菊 (きく) - 長寿・高貴・不老不死
3. 梅 (うめ) - 忍耐・清らかさ・春の訪れ
4. 藤 (ふじ) - 優雅・謙虚・女性らしさ
5. 椿 (つばき) - 気品・厄除け・力強さ (Nawa Junko dalam wawancara 12 Juni 2025)

Pola bunga dan maknanya (5 jenis):

1. Sakura (bunga sakura) – harapan, kemakmuran, awal yang baru

2. Kiku (krisan) – umur panjang, kemuliaan, keabadian
3. Ume (plum) – kesabaran, kemurnian, datangnya musim semi
4. Fuji (wisteria) – keanggunan, kesederhanaan, feminitas
5. Tsubaki (kamelia) – keanggunan, perlindungan dari kejahatan, kekuatan

Penggunaan motif-motif tersebut menunjukkan bahwa produk *Watasi Japan LLC* tidak sekadar menghadirkan estetika Jepang, tetapi juga nilai-nilai moral dan spiritual yang sejalan dengan etika berpakaian dalam Islam. Misalnya, motif krisan (kiku) yang melambangkan umur panjang dan kemuliaan selaras dengan ajaran Islam tentang penghormatan terhadap usia dan kebajikan. Motif sakura yang bermakna awal yang baru juga bisa dikaitkan dengan konsep hijrah dalam Islam sebagai proses transformasi diri ke arah yang lebih baik.

Pembahasan mengenai motif yang dijabarkan oleh narasumber menjadi dasar untuk memahami penerapan motif tersebut dalam produk *Watasi Japan LLC*. Dalam gambar 3.14 – 3.19 adalah hasil dan analisis singkat mengenai motif yang terkandung dalam produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya *Watasi Japan LLC*.

Contoh produk Kimono Hijab *Watasi Japan LLC*:

Kimono Hijab 1:



Gambar 3. 10 Hime Kimono Shawl (Hijab)

(Sumber:watasijapan.shop, 2025)

Produk ini merupakan kimono hijab yang memanfaatkan bahan vintage kimono Jepang, dengan permukaan bertekstur halus dan warna dominan krem serta jingga tua. Tekstil tersebut dihiasi dengan panel-panel pola tradisional Jepang dengan elemen bunga musiman.

Dalam detail kain terlihat penggunaan motif ume (bunga plum) yang melambangkan kesabaran dan harapan akan musim semi, serta motif fuji (wisteria) yang mencerminkan keanggunan dan kerendahan hati. Kombinasi ini menyampaikan pesan kelembutan dan kekuatan spiritual, sejalan dengan etos busana Muslimah yang menjunjung kesopanan.

Selain itu, terlihat juga motif sakura (bunga sakura) yang melambangkan awal yang baru dan harapan, serta tsubaki (kamelia) yang

bermakna perlindungan dan kekuatan. Warna merah bata dan abu-abu menegaskan keseimbangan antara semangat dan ketenangan.

Kimono Hijab 2:



Gambar 3. 11 Hime Authentic Kimono Hijab (Hijab)
(Sumber:watasijapan.shop, 2025)

Motif bunga yang digunakan antara lain adalah fuji (wisteria) yang melambangkan keanggunan dan kewanitaan, kiku (krisan) yang berarti umur panjang dan kemuliaan, serta tsubaki (kamelia) yang bermakna perlindungan dan kekuatan. Warna dominan seperti biru dan putih menggambarkan ketenangan dan kemurnian, sementara aksen merah, ungu, dan emas melambangkan semangat, kemewahan, dan kemakmuran. Keberadaan pola seigaiha (pola ombak laut), yang secara tradisional melambangkan keberlanjutan dan kedamaian, memperkuat nilai-nilai estetika dan filosofis dari budaya Jepang dalam desain ini.

Kimono Hijab 3:



Gambar 3. 12 Hime Kimono Shawl (Hijab)

(Sumber:watasijapan.shop, 2025)

Motif kimono pada hijab yang ditampilkan mengandung unsur bunga khas Jepang seperti kiku (krisan) dan botan (peony). Krisan melambangkan umur panjang dan kemuliaan, sementara peony menggambarkan kemakmuran dan keindahan feminin. Warna yang digunakan seperti merah, putih, hijau, dan aksen emas memperkuat kesan elegan, sakral, dan penuh harapan.

Contoh produk Kimono Abaya *Watasi Japan LLC*:

Kimono Abaya 1:



Gambar 3. 13 Kimono Abaya Sakura
(Sumber: Instagram Watasijapan, 2025)

Motif yang terdapat pada abaya tersebut mengadaptasi unsur floral khas Jepang, yaitu bunga sakura. Sakura melambangkan harapan, kemakmuran, dan awal yang baru, sehingga mencerminkan nilai-nilai positif yang selaras dengan filosofi berpakaian dalam budaya Islam, seperti kesucian dan pembaruan diri. Warna dominan seperti merah muda, merah, dan putih memperkuat kesan feminin, anggun, serta spiritual.

Kimono Abaya 2:



Gambar 3. 14 Kimono Abaya

(Sumber: Instagram Watasijapan, 2025)

Motif utama pada abaya ini adalah rangkaian bunga kiku (krisan) yang terlihat jelas dari bentuk mahkota bunganya yang berlapis, bulat, dan padat. Krisan hadir dalam berbagai ukuran dan warna, seperti putih, merah, dan jingga lembut. Bunga kiku atau krisan, yang melambangkan umur panjang, kemuliaan, dan keabadian. Motif ini dipadukan dengan warna dasar merah muda pucat serta aksen putih, merah bata, jingga, dan hijau zaitun, sehingga menciptakan kesan lembut, anggun, dan seimbang.

Kimono Abaya 3:



Gambar 3. 15 Kimono Abaya

(Sumber: Instagram Watasijapan, 2025)

Motif utama yang terlihat pada abaya ini adalah bunga sakura (cherry blossom), dikenali dari bentuknya yang khas dengan lima kelopak dan warna lembut. Menurut hasil wawancara bersama Nawa Junko, motif bunga sakura melambangkan simbol harapan, kemakmuran, dan awal yang baru dalam budaya Jepang. Motif sakura dipadukan dengan elemen ornamen arsitektural tradisional Jepang berwarna emas yang memperkuat kesan kemewahan dan keanggunan. Warna dasar hitam menciptakan kontras dengan detail berwarna emas, putih, krem, dan jingga, menghasilkan tampilan yang elegan dan berwibawa.

Produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya *Watasi Japan LLC* merupakan contoh nyata strategi integrasi dalam teori akulturasi John W. Berry (1997). Strategi ini terjadi ketika unsur budaya lain diadopsi tanpa meninggalkan identitas budaya asal. Dalam hal ini, elemen visual dan filosofis dari budaya Jepang seperti motif bunga sakura dan krisan serta warna-warna dipadukan dengan bentuk dan fungsi busana Muslimah yang tetap menjaga nilai syar'i. Perpaduan ini menciptakan harmoni antara dua budaya tanpa menghilangkan karakteristik masing-masing, sehingga menjadikan produk tersebut sebagai wujud akulturasi yang estetik dan bermakna. Dalam wawancara, Nawa Junko juga menyatakan bahwa:

店舗販売の方が売上は高いです。主にインバウンド観光客の方々です。(Nawa Junko dalam wawancara 12 Juni 2025)
Penjualan toko offline lebih tinggi, terutama dari wisatawan yang datang.

Hal ini menunjukkan bahwa produk ini telah diterima baik tidak hanya sebagai busana, tetapi juga sebagai representasi budaya yang menarik secara internasional.

Proses akulturasi budaya dalam produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya yang dirancang oleh *Xiaxia Hijab Japan* dan *Watasi Japan LLC* menunjukkan penerapan strategi integrasi sebagaimana dijelaskan dalam teori akulturasi oleh John W. Berry (1997). Pada *Xiaxia Hijab Japan*, akulturasi terlihat dalam penggunaan material dan motif khas Jepang seperti kain kimono antik dan pola *hand-painted Yuzen* yang tetap dipertahankan nilai estetika serta makna filosofisnya. Di saat yang sama, produk disesuaikan dengan nilai-nilai syar'i dengan melibatkan kerja sama antar budaya, riset mendalam, serta konsultasi dengan komunitas Muslim. Hal ini menunjukkan adanya penghormatan terhadap nilai Islam tanpa

mengorbankan budaya Jepang yang menjadi sumber estetika produk. Sementara itu, *Watasi Japan LLC* menerapkan pendekatan yang serupa dengan menekankan pentingnya keselarasan visual, fungsional, dan filosofis antara busana Muslim dan budaya Jepang. Motif yang digunakan dalam produk mereka tidak hanya mewakili keindahan budaya Jepang, tetapi juga mengandung nilai-nilai spiritual yang selaras dengan prinsip berpakaian dalam Islam, seperti kesopanan, keanggunan, dan kesabaran.

Secara keseluruhan, baik *Xiaxia Hijab Japan* maupun *Watasi Japan LLC* menunjukkan bahwa akulturasi melalui strategi integrasi memungkinkan terjadinya penciptaan produk yang tidak hanya indah, tetapi juga bermakna secara budaya dan religius. Produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya yang dihasilkan menjadi representasi nyata dari perpaduan dua budaya, di mana identitas budaya Jepang dan nilai-nilai Islam tidak saling meniadakan, melainkan saling melengkapi.

BAB IV

PENUTUP

Kimono Hijab dan Kimono Abaya merupakan produk yang telah melewati proses akulturasi yaitu percampuran dua kebudayaan menjadi satu yang tidak menghilangkan arti dari salah satu kebudayaannya. Di Jepang muncul fenomena perpaduan kimono dengan busana muslim sebagai respon meningkatnya jumlah wisatawan muslim yang berkunjung ke Jepang. Fenomena penggabungan kimono dengan busana muslim menunjukkan adanya perubahan budaya dalam dunia pariwisata dan mode modern di Jepang. Seperti Kyoto yang mulai menyediakan set kimono yang dilengkapi hijab yang memiliki motif tradisional Jepang dan dirancang khusus memenuhi permintaan wisatawan muslim.

Terdapat dua toko di Jepang yang memproduksi dan menjual Kimono Hijab dan Kimono Abaya, *Xiaxia Hijab Japan* dan *Watasi Hijab LLC*. Kedua Toko ini memiliki tujuan yang sama dalam pemasaran produk kimono hijab yaitu agar Islam tidak dipandang sebelah mata dan bagi mereka Islam itu Indah penuh harapan, keanggunan, perlindungan dari kejahatan, kemurnian dan melambangkan ketenangan, hal ini juga selaras dengan makna kimono.

Proses akulturasi dalam produk Kimono Hijab dan Kimono Abaya oleh *Xiaxia Hijab Japan* dan *Watasi Japan LLC* mencerminkan strategi integrasi menurut teori John W. Berry. *Xiaxia Hijab Japan* menggabungkan unsur budaya Jepang, seperti kain kimono antik dan motif Yuzen, dengan prinsip syar'i melalui riset dan kolaborasi lintas budaya. *Watasi Japan LLC* juga menekankan harmoni antara nilai estetika Jepang dan prinsip busana Muslim, mengusung motif yang

mencerminkan kesopanan dan nilai spiritual. Kedua brand menunjukkan bahwa integrasi budaya memungkinkan terciptanya produk yang indah sekaligus bermakna secara religius dan kultural, tanpa meniadakan identitas budaya masing-masing.

Penelitian ini terbatas hanya pada kimono hijab dan kimono abaya di Jepang. Penelitian ini bisa dikembangkan dengan membahas hal yang serupa atau membahas mengenai perbandingan produk busana dengan negara lain selain Jepang yang menggunakan pendekatan serupa, serta dapat membandingkan produk busana yang berkaitan dengan agama lain selain Islam. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas cakupan penelitian maupun menggunakan teori yang berbeda.

要旨

本論文の題名は「日本の着物ヒジャブと着物アバヤにおける文化変容」である。このテーマを選んだ理由はヒジャブやアバヤと組み合わせた着物がある、それは異なる二つの文化を融合させ、一つのムスリム衣装に特別なものを創造する。この研究の目的は、日本におけるイスラムファッションの発展、そして着物ヒジャブや着物アバヤに見られるイスラムと日本のファッション文化の融合を理解し、説明することです。この研究の焦点は、日本における着物ヒジャブと着物アバヤの製品を発見し、説明することです。

この論文の先行研究は第一の研究は、Nise と Ambaristi による 2024 年の論文「キモノとクバヤ：日本とジャワの女性の伝統衣装（意味、哲学、機能）」であり、キモノとクバヤが文化的アイデンティティ、礼儀作法、社会的地位を表現する象徴的意味や哲学的背景について論じている。しかしながら、本研究では異文化間のアカルチュレーションの過程には言及されていない。本研究の新規性は、日本文化とイスラム文化とのアカルチュレーションを、キモノとムスリムファッションの融合を通じて考察している点にある。第二の研究は、Nadia と Melly による 2022 年の論文「デジタルプリント技法を用いたヒジャブにおけるバティック『ジャワ・ホコカイ』

模様の美的スタイライズ」であり、視覚的かつ技術的観点からヒジャブに取り入れられたバティック模様の変容と美学について考察している。しかし、文化間の相互作用に関する深い分析は行われていない。本研究の新規性は、美的側面だけでなく、宗教的・文化的価値の統合をアカルチュレーション理論の枠組みで分析している点にある。第三の研究は、Eka と Jaeni による 2023 年の論文「キモノ・ルリックにおけるインドネシアと日本の文化融合」であり、伝統的な織物「ルリック」とキモノの融合が繊維産業や経済、美的・環境的側面に与える影響について検討しているが、宗教的・社会的側面には焦点が当てられていない。本研究の新規性は、観光と宗教が交差する文脈において、日本とイスラム文化の融合を扱っている点にある。第四の研究は、Noora による 2017 年の論文「キモノにインスパイアされたジャケットのデザインプロセス」であり、キモノ風のジャケットのデザインとパターン作成に焦点を当てた技術的研究であるが、文化的・宗教的な価値観との関連性は論じられていない。したがって、本研究の新規性は、文化・宗教・マーケティングの戦略を統合し、John W. Berry のアカルチュレーション理論を用いて、日本における着物ヒジャブと着物アバヤという製品を分析している点にある。

この研究で使用された方法は、記述的質的研究である、具体的には二次データとして各種ニュースサイトからの情報収集、および一次データとして日本のムスリム向け衣料品店 2 店舗のオーナーへのインタビューを

実施した。インタビュー対象は、XiaXia Hijab 店の小林香織と Watasi Japan LLC 店の名和淳子である。この研究では、文化受容理論を用いている。John W. Berry の理論は、異文化環境における適応（文化受容）に関する理論です。個人が異なる文化に接触した際に、以下の 4 つの適応戦略をとるとされています: 同化 (Assimilation)、分離 (Separation)、統合 (Integration)、疎外 (Marginalization)。これらの戦略は、個人が異なる文化に接触した際に、どのように適応していくかのパターンを示すものである。

この研究の結果は、日本における着物ヒジャブと着物アバヤは、ムスリム観光客の増加に対応した、日本の伝統的ファッションとムスリムファッションの文化的馴化現象であることが示される。着物ヒジャブと着物アバヤは、文化的多様性をますます受け入れるようになった日本の観光とファッションの変化を反映している。XiaXia Hijab と Watasi japan の店は、日本文化の意味を失うことなくイスラムの価値観を満たす着物ヒジャブと着物アバヤの商品を紹介している。美的かつ宗教的なプロセスを経て、桜や菊といった日本のモチーフをシャリー性を保つヒジャブやアバヤのデザ

インに取り入れている。こうして、着物ヒジャブと着物アバヤは、調和的で、意味深く、美的な文化的馴化の具体的な現れとなるのである。

この研究で勉強になったことは文化受容理論は、元の文化の要素を否定することなく、複数のアイデンティティを表現する製品を生み出すことができる。着物ヒジャブと着物アバヤは、ファッションがいかに文化間の架け橋となりうるかの具体例であり、同時にグローバルなファッションと観光産業における文化受容の重要性を示している。本研究は、今後「日本で着物ヒジャブと着物アバヤ」に関する研究を行う研究者の参考となることが期待される。

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad (2023). NEGARA NEGARA NON MUSLIM KEMBANGKAN WISATA HALAL MENGAET MUSLIM.
<https://hidayatullah.com/berita/2023/06/15/253107>
- Alex, Sobur. (2020). Filsafat Komunikasi (Tradisi, Teori, dan Metode Penelitian Fenomenologi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Hal 18.
- Berry, J.W. (1997). Immigration, Acculturation and Adaptation. *Applied Psychology: An International Review*, 46(1), 5-34.
- Berry, J.W. (2005). Acculturation: Living successfully in two cultures. *International Journal of Intercultural Relations*, 29(6), 697-712
- Bob (2024). KIMONO MODERN: EVOLUSI DAN PERPADUAN BUDAYA.
<https://bahasa.newsbytesapp.com/news/lifestyle/kebangkitan-budaya-dalam-kimono-modern/story>
- Campbell, Tom. (1994). Tujuh Teori Sosial, Sketsa, Penilaian, Dan Perbandingan. Yogyakarta: Kanisius, 270.
- Djaya, T., R., (2020). MAKNA TRADISI TEDHAK SITEN PADA MASYARAKAT KENDAL: SEBUAH ANALISIS FENOMENOLOGIS ALFRED SCHUTZ Universitas Selamat Sri
- Elizabeth D, Shimek (2012). THE ABAYA: FASHION, RELIGION, AND IDENTITY IN A GLOBALIZED WORLD.
- FUN! Japan Team, (2020). KIMONO MODERN: DARI MODE TRADISIONAL SAMPAI YANG BERAGAM. <https://www.fun-japan.jp/id/articles/11418>
- Groovy Japan (2022). https://www.groovyjapan.com/en/watasijapan_en
- Haryanto, Sindung. (2012). Spektrum Teori Sosial. Yogyakarta: AR-RUZ MEDIA, Hal 149.
- Heryanto, A. (2012). Budaya Populer di Indonesia, Yogyakarta : Jalasutra
- Jamhur ME. (2015). Strategi Akulturasi Integrasi pada Mahasiswa Perantau Kelompok Etnik Minangkabau dan Batak di Kota Bandung. Bandung: Fakultas Psikologi Universitas Islam Bandung.
- Konety, N., Aditany, S., & Nidatya, N. (2021). Japan's Rational Choice in Developing The Halal Industry. *MIMBAR*, Vol. 37 No.1, 187-198.

- Manggola, A., & Thadi, R. (2021). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi Tentang Motif Pemakaian Peci Hitam Polos.
- Marinda, L., (2019). KOMODIFIKASI JILBAB DALAM SEJARAH PERADABAN MANUSIA. Vol. 12, No. 2. Jurnal Kajian Perempuan & Keislaman, Hal. 253-255.
- Marshall, John. (1988). "Make Your Own Japanese Clothes. Patterns and Ideas for Modern Wear". (First Edition). Tokyo & New York: Kodansha International.
- Milhaupt, Terry Satsuki. (2014). "Kimono: A Modern History". London: Reaktion Books Ltd 33 Great.
- Mori, Makoto dan Dickens, Pip. (2012). History and Techniques of The Kimono. Shibusa: Extracting Beauty.
- Mulyadi, B., (2017). KONSEP AGAMA DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT JEPANG. Izumi, Vol. 6 No. 1
- Muslim Travel News. (2024) DUKUNG WISATA HALAL, TURIS MUSLIM DI JEPANG BISA SEWA KIMONO DENGAN HIJAB.
<https://muslimtravelnews.com/2024/11/27/dukung-wisata-halal-turis-muslim-di-jepang-bisa-sewa-kimono-dengan-hijab/>
- Nakamura, F. (2025). Kinkaku-Ji . The Editors of Encyclopaedia Britannica Article History. <https://www.britannica.com/place/Kinkaku-ji>
- Nazaya (2017). <https://halalmedia.jp/id/archives/28905/dari-jepang-untuk-dunia-fashion-muslim-dengan-motif-jepang-yang-cantik>
- Novelisari, I., Fitriana, R., & Susanti, H. (2020). ANALISIS MAKNA MOTIF BUNGA PADA KIMONO. Vol. 2 No. 1
- Radarjogja. (2024). Abaya Jadi Busana Harian, Tidak Membentuk Lekuk Tubuh. <https://radarjogja.jawapos.com/lifestyle/654496685/abaya-jadi-busana-harian-tidak-membentuk-lekuk-tubuh>.
- Rahmah, Nadia. (2015). Teori Akulturasi John W Berry. [Http://repository.uin-suska.ac.id/6776/3/BAB%20II.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/6776/3/BAB%20II.pdf)
- Rizki, dan Aminah. (2023). THE RISE OF JAPAN'S HALAL INDUSTRY AND TOURISM POST—COVID-19. JRSSEM 2023 Vol. 02, No. 12
- Rosdiana, A. (2016). HIJAB DAN JILBAB DALAM PERPEKTIF SEJARAH.

- Roslina, L., (2017). WISATA BUDAYA SEBAGAI ALAT PENGUAT EKONOMI NEGARA DI JEPANG. *Kiryoku*. Vol. 1, no. 1, pp. 46-55.
- Sasanti, N., S., & Milanguni, A., H. (2024). KIMONO DAN KEBAYA PAKAIAN ADAT WANITA JEPANG DAN JAWA (MAKNA, FILOSOFI, DAN FUNGSINYA).
- SC Media (2024). HIJABER KINI BISA SEWA KIMONO SEPAKET DENGAN HIJAB DI HALAL TRIP JEPANG.
<https://www.scmmedia.id/hijaber-kini-bisa-sewa-kimono-sepaket-dengan-hijab-di-halal-trip-jepang/>
- Shihab, M. Quraissy. (1994). *Wawasan Al-Qur'an Tentang Pakaian*. Jakarta: Departemen Agama Masjid Istiqlal.
- Smith, R. (2017). Modesty is in fashion for Japan's clothing industry. Retrieved from The National News:
<https://www.thenationalnews.com/business/modesty-is-in-fashion-for-japans-clothing-industry-1.76831>
- Supriadi, (2015). PERKEMBANGAN FENOMENOLOGI PADA REALITAS SOSIAL MASYARAKAT DALAM PANDANGAN EDMUND HUSSERL. *Jurnal Scriptura*, Vol 5, NO. 2
- Syahrani, Andi. (2017). *Islam di Jepang*. Rihlah. Vol. 5 No. 2.
- The Economist. (2021). The number of Muslims in Japan is growing fast. Diakses pada 18 Juni dari <https://www.economist.com/asia/2021/01/07/the-number-of-muslims-in-japan-is-growing-fast>
- Wahidati, L., & Sarinastiti, E., N. (2018) PERKEMBANGAN WISATA HALAL DI JEPANG. Universitas Gajah Mada.
- Yasuhiro, F. (2018). Q&A ハラールを知る 101 問: ムスリムおもてなしガイド) Q&A Halal wo Shiru 101 Mon: Musurimu Omotenashi Gaido. Japan: Kaihou Shubbansha.
- Zainuddin Maliki. (2012). *Rekonstruksi Teori Sosial Modern*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 284-285.
- Zulaika, N. (2020). Halal Japan Industry. (Nurfarah, Interviewer)

LAMPIRAN

I. Transkrip Informan I

Hari : Minggu, 1 Juni 2025

Waktu : 18.41 WIB – selesai.

Informan : Pemilik Xiaxia Hijab Japan, Kaori Kobayashi (E-mail)

1. Q : イスラム教について、どのようなことをご存じですか?また、それについて どのようにお考えですか?
A : かつては 日本で流れるニュースで見聞きする程度でした。それゆえ テロや悲惨な事件に関する 報道が多く どちらかという怖いという印象を持っていました。しかしこの着物 ヒジャブの活動を 始めてから、実際に日本に生活するイスラム教徒の話を聞く機会があり、大変生活に根差し、イ スラム教を信仰する方々にとって、心の支えであり、無くてはならない大切なものである、という 印象を現在では持っております。
2. Q : 日本におけるイスラム教やムスリムの存在について、どう思われますか?
A : 以前は、イスラム教徒の人の数が非常に少なかったので、イスラム教徒の方々が日本で生活することは非常に困難を伴うのでは、と思っていました。しかし今は、観光客も日本在住の方も大変 増えてきたので、日本の生活に溶け込んでいる印象を受けております。
3. Q : ヒジャブやアバヤについて、どのような知識やご意見をお持ちですか?
A : 特にイスラム教徒の女性が身に着ける衣服と認識しています。もともと、8 年前にマレーシアを旅行するまで、質素で全身黒のもの、というイメージでしたが、実は様々な形や色、デザインのものが世界中にあふれている、ということを知り、現在ではその魅力に取りつかれていきます。
4. Q : 着物については、どのような理解をお持ちですか?
A : もともと、身近にあったものなので、「当たり前」にそこにある」という印象を持っています。特に子供のころは祖母が実際に

着物を着て生活をしていたのを目にしていたので、特別なものではなく、生活に根差したものの、という印象です。

5. Q: 現在の日本におけるムスリムファッションについて、どう思われますか?

A: 日本国内では、ヒジャブを身に着ける女性を除き、ほとんど、ムスリムに特化したファッションをされている方を目にする機会はまだありません。今後、より日本を訪れる方や、生活する方々が増える家庭の中で、ムスリムファッションと日本文化の接点がもっと広がっていくといいな、と思っています。

6. Q: 着物×ムスリムファッションというトレンドが始まった時期や背景について ご存じでしょうか?このトレンドについてどう思われますか?

A: 現在でもトレンドが始まった、という状態ではないと考えています。もともと、着物ヒジャブは私たちが事業を始める以前は、日本国内で数社程度が展開し、注目が高まりつつあった時代が一時期ありました。しかし、コロナの影響でそれらがすべて頓挫してしまい、ほとんどの企業が事業撤退してしまった、のが2020年前後ぐらいです。その後、コロナの回復とともに、徐々に訪日観光客が増え、また、SNSの発展に伴い、再び着物ヒジャブに注目が集まってきた、と考えています。

7. Q: 着物×ムスリムファッションの商品を作る際、インスピレーションはどこから得られましたか?

A: -

8. Q: 紗紗(xiaxia hijab)を始めたのはいつ頃ですか?そのきっかけは何ですか?

A: ※→同じ答えになるのでセットで回答します。

8年前にマレーシアを旅行で訪れた際、そこで見た色とりどりのヒジャブに大変感銘を受けました。もともと、家に着物があり、私自身も着物が好きだったこともあって、「ヒジャブを着物で製作したら、とても美しいものができるのではないか」というアイデアを思いつき、帰国後すぐにミシンを買って試行錯誤しながらヒジャブづくりにとりくんだことがきっかけです。はじめは、事業として展開する想定はなかったのですが、周囲の方から大変ご

好評をいただくことが多く、そこから徐々に販売し、今に至ります。

9. Q: 紗紗では、主にどのような商品を販売していますか？

A: 着物生地と薄手のシフォン生地を組み合わせた着物ヒジャブをメインに販売しています。また、お客様からのご要望が多かったアバヤについても、昨年より製作を開始し、着物アバヤとして販売しています。このほか、日本国内の店舗では、着物シュシュや着物ブローチなどの小物も販売しています。

10. Q: 商品ラインアップにヒジャブやアバヤを選んだ理由を教えてください。

A: マレーシアでヒジャブに衝撃を受けたことで、「ヒジャブを作る」ということは最初から決まっていました。アバヤはヒジャブの販売を続ける過程であまりにもご要望が多かったため、当時はアバヤというものを知らなかったのですが、自身でいろいろ調べたり、在日のイスラム教徒の方にお話をお伺いしながら、製作することを決めました。

11. Q: 異なる文化(日本とイスラム)の要素を一つのデザインに組み合わせる際、どのような工夫をされていますか?困難な点や課題があれば教えてください。

A: なるべくイスラム教徒の方が、普段の生活で着用されているものに近い物を作るように心がけています。また、使ってはいけない絵柄等をイスラム教徒の方にたくさん取材したうえで確認し、それらを盛り込まないようなデザインを心がけています。

12. Q: お客様の中で特に人気の商品は何ですか?また、商品に使用している着物の模様には、どのような意味がありますか?

A: やはり桜の絵柄が入っている着物ヒジャブは人気のようです。着物の模様については、ほとんどが「吉祥模様」といまして、幸福をもたらすといわれる縁起の良い模様を選んでおります。

13. Q: 着物とムスリムファッションを融合させたことで、着物本来の伝統的意味や価値が失われる可能性はあると思いますか?

A: 私たちが活用している着物は「アンティーク着物」で、現在ではあまり使用されなくなってしまうデザインの着物を採用してヒジャブやアバヤを作っています。考え方は人それぞれなので、

様々な意見があると思いますが、私たちは、日本の文化の美しさとイスラム教の持つ美しさを調和させて、世界に笑顔を少しでも生み出したい、という思いをこめてこの事業を展開しています。それゆえ、「長く使われてきた着物」がこのまま捨て去られてしまうよりも、姿かたちを変えて伝統を次の世代につないでいくことにつながる、と考えており、これまでの伝統的な意味や価値が失われるとは考えていません。実際、こうしたムスリムファッションだけでなく、着物をアップサイクルした商品などは、大変種類が多いことから、こうした着物の活用については、日本国内でも好意的に見てくださることがほとんどです。

14. Q: 着物×ムスリムファッションに対する社会的な反応は、好意的ですか?それとも批判的な意見もありますか?

A: SNS などでは批判的な意見はあります。日本国内で、保守的な人たち等からは、イスラム教に関するマイナスなイメージを強く持っている人たちも多く、文化や習慣の違いから、日本にイスラムを持ち込むな、という意見を持っている人もいます。そういった方々からは批判を受けることもしばしばあります。ただし、ほとんどの人たちからは好意的な意見をいただくことが多いです。事実、私たちの活動を知ってから、ヒジャブやイスラム教徒に関する知識や見え方が変わった、広がった、という意見をいただくこともあり、大変うれしく思っております。

15. Q: オフライン(店舗やイベント)での販売とオンライン販売では、どちらの方が売上が高いですか?

A: オフラインの売上の方が高いです。

16. Q: 主なお客様は日本人ですか?それとも在日ムスリムや観光客ですか?

A: イスラム教徒向けのギフトショップや観光センターなどで商品を取り扱っていただいているので、購入客層としては観光客が非常に多いです。

17. Q: ムスリムファッション市場において、日本での展望をどのように見えていますか?今後の展開や夢があれば教えてください。

A: まだまだ市場ができた、という状態ではないと考えています。日本国内に在住しているイスラム教徒の方々が、まだそこまで多

いわけではないため、日本国内の市場としては、観光客に依存している状態とみています。

一方、「着物ヒジャブ」として見た場合、ジャンルが非常にニッチであることから、

一定の規模までしか広がりを持たせることができない、と考えています。

ただし、今後より一層テクノロジーの発展によって、これまであまり接点が多くなかったイスラム文化圏と日本文化とが接する機会が増えると考えており、お互いの文化を知ることによって、これまでになかったジャンルの市場を作り出せる可能性は十分にあると考えています。

18. Q: 文化的な感受性(文化盗用や誤解)に関して、商品を制作する際にどのような点に注意を払っていますか?

A: 最も大切にしている考え方は、「文化に対して敬意を持つこと」であると思います。商品開発する際などには、必ず当事者やお客様に意見や考えを聞いたうえで、我々がやろうとしていることが、実は文化や宗教に対して不敬に映ってしまう可能性はないか、という点に常に注意を払っています。

19. Q: 商品開発にあたって、ムスリム女性や着物専門家などと協働(コラボレーション)したことはありますか?

A: はい、あります。日本国内に留学している、ムスリム女性でファッションの勉強をされている学生の方や、日本国内でモスクを運営されている方々、着物の絵柄を描く伝統工芸士の方等、様々な方のお力をお借りしています。

20. Q: 最後に、着物×ムスリムファッションを通じて伝えたいメッセージがあれば教えてください。

A: 前提として、着物は現在日本国内ではほとんど着用される機会がなく、将来的には、衰退していく文化であると考えています。また、イスラムについて日本人はほとんど知らない人が多く、また、メディアによるネガティブなイメージを持ちがちという現状があります。私たちがこの事業をしている目的は、着物の美しさとイスラムの持つ美しさを掛け合わせて、たくさんの人々に知ってもらうことで、日本とイスラム、お互いにより印象を相手に持

ってもらい、そこから文化の調和と笑顔をもたらすきっかけをつくる、ということです。微力な活動ではありますが、True Beauty knows No Borders というビジョンの元、少しでも上記の思いを皆様に伝えていけるよう、これからも頑張ります。
どうぞ応援のほどよろしくお願いします。



Gambar 1 Wawancara Via Email dengan Pemilik *Xixia Hijab Japan* (Kaori Kobayashi)

II. Transkrip Informan 2

Hari : Kamis, 12 Juni 2025

Waktu : 14.37 WIB - selesai.

Informan : Pemilik Watasi Japan LLC, Nawa Junko (E-mail)

1. Q: イスラム教について、どのようなことをご存じですか？また、それについてどのようにお考えですか？

A: イスラム教は世界三大宗教の一つであり、平和と絆を大切にする宗教です。1日5回の礼拝やラマダン（月断食）などの実践を通じて、心と行動を律する教えが根付いています。私はイスラム教徒ではありませんが、事業を始めるにあたりモスクで学び、ムスリムの友人からも多くを教えてもらいました。ムスリム女性のインターンを半年ほどホームステイで受け入れ、リアルな暮らしを学びました。彼女たちの信仰心の強さや精神的な美しさ、優しさには深い敬意を抱いています。

2. Q: 日本におけるイスラム教やムスリムの存在について、どう思われますか？

A: 日本でもムスリム人口が増加しており、共生社会への理解が重要だと考えています。一方で、日本は島国であり保守的な傾向があるため、多文化受容には課題もあります。特に地方ではイスラム教への理解がまだ浅いと感じています。WATASI JAPANでは、ムスリムの皆様が快適に過ごせる社会を目指し、相互理解と尊重を大切にしています。

3. Q: ヒジャブやアバヤについて、どのような知識やご意見をお持ちですか？

A: ヒジャブは信仰に基づく自己表現であり、アバヤはイスラム文化に根ざした優雅で洗練された衣装です。抑圧の象徴ではなく、信仰と個性が調和した美しいスタイルだと認識しています。

4. Q: 着物については、どのような理解をお持ちですか？

A: 着物は四季や美意識を体現する日本文化の象徴です。所作を美しくし、心を整える力があります。しかし現在では、着付けの難

しさや短い生地幅が現代の生活に合わず、着物文化が危機に直面しています。

5. Q: 現在の日本におけるムスリムファッションについて、どう思われますか？

A: まだ発展途上ではありますが、徐々に注目されてきています。日本の美意識とイスラムの価値観が重なる点が多く、将来に向けての可能性を強く感じています。

6. Q: 着物×ムスリムファッションというトレンドが始まった時期や背景についてご存じでしょうか？このトレンドについてどう思われますか？

A: 当社は2015年からこの事業を開始しましたが、その当時から少数ながらも着物とムスリムファッションの融合は存在していました。インバウンド観光の増加により、最近はより注目されています。文化的関心や和装への憧れが背景にあり、宗教的配慮をふまえたこのトレンドには大きな意義を感じています。

7. Q: 着物×ムスリムファッションの商品を作る際、インスピレーションはどこから得られましたか？

A: 伝統的な文様や季節の色彩感覚、ムスリム女性のエレガンス、お客様の声、モスクの訪問、文化交流など、イスラム圏への渡航時等、多方面からインスピレーションを得ています。モデストファッションと着物の共通点（身体のラインを見せない等）にも着目しています。

8. Q: Watasi Japan を始めたのはいつ頃ですか？そのきっかけは何ですか？

A: 大学時代のマレーシアで生活した経験や、日本での育児中女性の就労支援をきっかけに設立しました。着物に込められた「母から子への想い」を、宗教や国を超えて届けたいという願いが原点です。

9. Q: Watasi Japan では、主にどのような商品を販売していますか？

A: アップサイクル着物を活用したモデストファッションアイテム（ヒジャブ、アバヤ、男性用シャツ）、インテリア用品、バッグなどを展開しています。

10. Q: 商品ラインアップにヒジャブやアバヤを選んだ理由を教えてください。

A: 和素材とムスリムファッションの融合が持続可能で文化的共感を得られると考えたためです。特に着物アバヤは非常に魅力的で、着物とアバヤの共通点も多く見出せます。

11. Q: 異なる文化（日本とイスラム）の要素を一つのデザインに組み合わせる際、どのような工夫をされていますか？

A: 両文化への敬意を大切に、文様や色使いは象徴性と季節感を重視。シルエットはイスラムの基準に沿うよう調整しています。ムスリムの方々からの助言も積極的に取り入れています。

12. Q: お客様の中で特に人気の商品は何ですか？また、商品に使用している着物の模様には、どのような意味がありますか？

A: 着物ヒジャブやアバヤが人気です。伝統文様（菊＝長寿など）や季節の花柄が好まれており、日本の色彩感覚も高く評価されています。

花の文様と意味（5種）

1. 桜（さくら）－希望・繁栄・新しい始まり
2. 菊（きく）－長寿・高貴・不老不死
3. 梅（うめ）－忍耐・清らかさ・春の訪れ
4. 藤（ふじ）－優雅・謙虚・女性らしさ
5. 椿（つばき）－気品・厄除け・力強さ

13. Q: 着物とムスリムファッションを融合させたことで、着物本来の伝統的意味や価値が失われる可能性はあると思いますか？

A: むしろ新たな命を吹き込むことになると思っています。現代的感性や多様性の導入によって、文化を未来へつなぐことができると信じています。

14. Q: 着物×ムスリムファッションに対する社会的な反応は、好意的ですか？それとも批判的な意見もありますか？

A: 多くは好意的で、「美しい融合」との声も多いです。イスラム教徒の方々からもおおむね好意的に受け入れられています。一部には“宗教的衣装にファッション性は不要”というご意見もあるようですが、多くの方には好意的に受け入れられています。

15. Q: オフライン（店舗やイベント）での販売とオンライン販売では、どちらの方が売上が高いですか？
A: 店舗販売の方が売上は高いです。
16. Q: 主なお客様は日本人ですか？それとも在日ムスリムや観光客ですか？
A: 主にインバウンド観光客の方々です。
17. Q: ムスリムファッション市場において、日本での展望をどのように見えていますか？今後の展開や夢があれば教えてください。
A: サステナブルで文化をつなぐブランドとして世界に発信することが目標です。中東や東南アジアとの協業も視野に入れています。
18. Q: 文化的な感受性（文化盗用や誤解）に関して、商品を制作する際にどのような点に注意を払っていますか？
A: 配慮と共感を第一に、デザインプロセスに丁寧に反映しています。
19. Q: 商品開発にあたって、ムスリム女性や着物専門家などと協働（コラボレーション）したことはありますか？
A: 学生とのコラボレーションはあります。今後も積極的に検討しています。
20. Q: 最後に、着物×ムスリムファッションを通じて伝えたいメッセージがあれば教えてください。
A: 「伝統は、守るだけでなく、つなぐもの」。異なる文化が出会い、互いを尊重し、美しさとして調和する。日本の女性から世界中の女性へ、“一歩前に進む勇気”を届けたい。それが「MIRAI ETHICAL MODEST」という理念のもと、WATASI JAPANの願いです。



BIODATA PENULIS



Nama : Naura Hani Ramadhini

NIM : 13020220140099

Tempat & Tanggal Lahir : Palembang, 10 November 2002

Email : nhramadhini@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

1. SD Muhammadiyah 1 Kota Palembang : 2008 – 2014
2. SMP Negeri 17 Kota Palembang : 2014 – 2017
3. SMA Negeri 10 Kota Palembang : 2017 – 2020
4. Universitas Diponegoro : 2020 – 2025

Pengalaman Organisasi :

1. Staff Muda Bidang Ekonomi dan Bisnis Himawari : 2021
2. Staff Ahli Bidang Ekonomi dan Bisnis Himawari : 2022