

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis saat ini yang terus terpengaruhi oleh kemajuan ilmu, pengetahuan, dan juga faktor utama yaitu kemajuan teknologi menjadi pusat perhatian masyarakat secara luas disebabkan menimbulkan fenomena globalisasi yang mana kepentingan individu dan kelompok bahkan negara. Bisnis sudah menjadi sebuah kekuatan yang dapat mengubah keadaan dan kondisi di dunia ini mulai dari tingkat kesejahteraan masyarakat, struktur demografi, politik, sosial budaya, ekonomi, komunikasi, hingga kekuasaan. Hal ini menyebabkan struktur politik dan kekuasaan tidak bisa dijauhkan dari aktivitas bisnis. Pada negara yang berkembang terdapat kebijakan pemerintah untuk lebih banyak mendukung kepentingan dalam kegiatan bisnis sebagai sasaran utama untuk pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja yang produktif serta sasaran kepentingan individu untuk membuat kebijakan.

Bisnis adalah suatu kegiatan usaha yang dilakukan individu secara terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan berupa penghasilan guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini dilakukan di lingkungan masyarakat dan dalam industri. Bisnis bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, dimana orang yang akan berbisnis mampu mengambil resiko yang akan ditanggung pada menanam modal untuk melakukan kegiatan bisnis (Alma, 2010).

Strategi merupakan rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi berhubungan dengan keunggulan strategis perusahaan terhadap ancaman dan tantangan pada lingkungan, yang dirumuskan dengan tujuan memastikan perusahaan dapat tercapai pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (Yuliana, 2013). Strategi bisnis didefinisikan untuk mengetahui bagaimana bisnis tertentu bersaing. Setiap bisnis diharuskan menemukan dasar persaingannya sendiri berdasarkan segmen pasar dan produk tertentu yang sudah dipilih

untuk dijalankan. Selain manajemen strategi, kegiatan pemasaran juga sangat penting dalam melakukan bisnis. Setelah memahami perencanaan dalam bisnis, langkah selanjutnya yaitu mempelajari dan menganalisa bagaimana barang dan jasa yang dihasilkan tersebut didistribusikan atau dipasarkan (J. Supranto, 1993).

Pengembangan produk merupakan suatu aktivitas yang dilakukan dalam menghadapi perubahan sebuah produk kearah yang lebih baik sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen pada penggunaannya. Pengembangan produk baru menjadi perhatian bagi perusahaan karena berkesinambungan pada siklus hidup perusahaan. Pertumbuhan dan perkembangan industri di Indonesia yang semakin pesat sebab banyak berdirinya perusahaan baru maka meningkatkan persaingan. Pengembangan produk baru berkaitan dengan keberhasilan suatu perusahaan dalam usaha meningkatkan penjualan dipasar. Dengan melakukan pengembangan produk baru maka perusahaan mempunyai peluang untuk mendapatkan pelanggan baru akan semakin besar (Maulana & Suhartini, 2018).

Apakah persaingan ini baik atau tidak bagi suatu bisnis sangat tergantung dalam kemampuan mengembangkan bisnisnya. Banyaknya pusat perbelanjaan didirikan pada negara ini dengan menempatkan banyak toko yang sejenis maupun tidak dan mereka bersama bisa sukses dalam bisnisnya. Banyaknya toko berlokasi pada pusat perbelanjaan dapat menarik banyak konsumen. Bagi pengusaha kreatif adanya persaingan dalam usaha akan menjadi tantangan dan memotivasi untuk mengatasi para pesaingnya.

Menurut Kotler dan Keller (2009:374), perusahaan diwajibkan untuk mengembangkan produk yang baru. Pengembangan produk baru sangat menentukan masa depan perusahaan. Produk yang baru digunakan sebagai produk pengganti tujuan diciptakan untuk mempertahankan atau membangun penjualan. Perusahaan dapat menambah produk baru melalui akuisisi atau dengan mengembangkan produk baru. Tujuan dari pengembangan produk baru adalah untuk dapat menerapkan strategi produk yang sesuai dengan

permintaan dan kebutuhan dipasar dengan menimbulkan keuntungan yang kompetitif.

Saat ini tren busana muslimah tidak hanya berperan sebagai sarana mengamalkan ajaran agama saja, akan tetapi juga bertujuan untuk mempercantik diri dengan penampilan muslimah sesuai dengan syariat Islam namun dengan gaya berpakaian yang tetap modis mengikuti generasi. Desain busana muslimah tidak dengan model yang terlalu konservatif tetapi juga mengikuti zaman dengan model yang berjiwa muda tujuan agar lebih diminati sehingga tidak ketinggalan model peminatnya pun dari berbagai kalangan mulai dari kalangan remaja putri hingga wanita dewasa. Begitupun busana muslimah sekarang banyak mendesain untuk baju anak cewek dengan model yang unik sehingga diminati. Maraknya peragaan busana muslimah dengan semakin berinovasi dalam mengembangkan produknya dengan cara yang efektif. Sehingga mampu melihat keinginan dan kebutuhan dari konsumen dapat menjadi daya tarik untuk dijual. Memiliki kelebihan dan keunggulan dari produk merupakan nilai tambah tersendiri bagi sebuah bisnis dalam mencapai tujuan (Putri & Kharnolis, 2017)

Bisnis busana muslimah merupakan bisnis yang unik, tetapi sederhana. Unik karena para perancang busana tidak hanya dihadapkan pada perkembangan teknologi dan perubahan selera konsumen saja, akan tetapi juga dihadapkan pada etika atau moral, khususnya rancangan model produk yang ditampilkan. Pemilik bisnis tidak hanya bertanggung jawab terhadap kelangsungan hidup bisnisnya tetapi juga dapat bertanggung jawab kepada Allah SWT. Selain itu seorang pemilik bisnis juga mampu memiliki kepercayaan diri bahwa ia bisa melakukan tugas dan menjaga kepercayaan yang diberikan orang lain kepadanya serta percaya akan adanya pertolongan dari Allah SWT. Berkecimpung dengan bisnis busana muslimah sangat dipengaruhi pada teknik pengambilan keputusan yang biasanya mengandalkan diri, pemikiran dan perasaan sendiri, kemampuan mental tentang sebuah situasi ketika setiap situasi dihadapi dengan sikap nyata dan lebih banyak memutuskan dengan insting saja (Abdurrahman, 2013).

Pada industri fesyen dalam suatu negara mencerminkan perkembangan kehidupan masyarakatnya dapat dilihat dari sudut pandang struktur etnik atau dalam ruang lingkup negara berbudaya dan beragama. Pada negara yang penduduknya mayoritas muslim, maka perkembangan tersebut tidak terlepas dari latar belakang kondisi masyarakat Indonesia di masa lalu. Pentingnya fesyen dalam berpakaian dapat menunjukkan bagaimana seseorang mampu memilih gaya hidupnya. seseorang yang sangat *fashionable*, dimana secara tidak langsung seseorang dengan gaya hidup modern mencerminkan bahwa dirinya sebagai seseorang yang selalu mengikuti tren yang ada. Dunia fesyen di Indonesia saat ini mencerminkan gaya hidup masyarakatnya yang sangat modern dengan mampu mengikuti perubahan atau tren yang ada dan sangat *fashionable*. Hal tersebut dapat dilihat dari dandanan, gaya dan busana yang digunakan menggambarkan bahwa Indonesia adalah negara muslim (Nuraini, 2015).

Busana muslimah berkaitan dengan gaya hidup halal (*halal lifestyle*) yang diperlukan oleh semua umat Islam. Didalam gaya hidup halal (*halal lifestyle*) terdapat unsur yang berpedoman terhadap aturan-aturan syariat Islam. Istilah gaya hidup halal (*halal lifestyle*) tidak dimaksudkan untuk pemaksaan atau pembatasan melainkan untuk memperkenalkan kembali rahmatan lil' alamin-nya ajaran Allah SWT dari tolak ukur utama dan sudut pandang syariah yang terdapat dalam Al-qur'an dan Hadist (Asy'ari Ulama'i, 2019).

Perkembangan zaman sekarang banyak kalangan muslim yang mulai banyak berhijrah menggunakan pakaian syar'i sehingga jika melihat dari peluang pasar ini bisa dijadikan sebagai strategi bagi pembisnis untuk memulai usaha di bidang busana muslimah. Banyaknya perkembangan busana muslimah ini harus dikembangkan dengan inovasi dan desain produk yang baru dan bagus dari perusahaan. Di kota Yogyakarta banyak yang membuka bisnis dan mencoba peruntungan di bidang busana muslimah ini, selain itu mulai dari konveksi, toko fashion busana muslimah juga banyak dipasarkan dikota yang memiliki peluang bisnis dikota pelajar ini. Sehingga

banyak para pelaku bisnis yang memulai usahanya dibidang busana muslimah melihat peminat yang banyak dari kalangan anak muda. Banyaknya pengusaha yang membuka bisnis busana muslimah tetapi setiap pengusaha mempunyai ciri khas yang berbeda didalam produk yang dijualnya. Dalam memunculkan ciri khas tersebut agar dapat menjadi daya jual maka pengusaha harus melakukan pengembangan inovasi terhadap produknya.

Gamis Amika adalah bisnis busana muslimah yang memberikan alternatif produk dan layanan terbaik dalam bidang pakaian atau fashion muslimah Indonesia. Adapun Gamis Amika menyediakan produk gamis, cardigan hingga koko. Selain itu Amika juga menjual berbagai macam jilbab yang elegant yang membuat penampilan dengan berpakaian muslimah semakin modis. Pengembangan produk yang dilakukan dengan membuat produk baru agar produk yang dipasarkan oleh Gamis Amika mampu bertahan dalam persaingan bisnis. Pengembangan produk fashion muslimah Amika menciptakan desain yang menarik pada pakaian yang dijualnya agar disukai oleh konsumen. Selain itu pengembangan produk yang dilakukan agar menambah pelanggan baru untuk membeli pakaian muslimah di Gamis Amika (www.gamisamika.com).

Dafh Hijab adalah usaha busana muslimah yang merupakan usaha dengan produksi sendiri. Dafh Hijab menyediakan beraneka jenis pakaian dengan model busana muslimah dan bahannya yaitu Abaya Lady, Abaya Madina, Abaya Lady'z dengan berbahan dasar atau material Lady Zara dan Lady Zara Import, model dan warna yang digunakan simpel dan warna pastel pada gamisnya. Selain itu Dafh Hijab juga menyediakan beraneka jenis jilbab Khimar Syar'i dengan berbagai macam model dan warnanya. Salah satunya jenis Khimar Bunglon "Chocoblush x Candypink" dengan material yang digunakan yaitu Diamond Crepe/Diamond Georgette. Kemudian Dafh Hijab menjual jilbab model Square Instan "Nani" dengan bahan yang digunakan yaitu sama yaitu Diamond Georgette/Diamond Crepe. Produk yang dijual dengan harga terjangkau dikalangan mahasiswa yang mana pasarnya lebih pada mahasiswa. Warna yang pastel dan modelnya yang simpel menjadi

busana ini cocok di kalangan muslimah muda zaman sekarang. Penjualannya juga dilakukan secara *online* pemesanan di media sosial Instagram sedangkan penjualan *offline* pembelian dapat dilakukan di toko Dafh Hijab langsung dan juga Dafh Hijab sering mengikuti pameran dan bazaar menjual pakaian (www.dafhhijab.com).

Koppi Holic adalah usaha pakaian busana muslimah dengan produksi sendiri. Busana muslimahnya beraneka jenis dengan warna dan juga motif yang berbeda-beda untuk gamis syar'i dewasa yaitu mulai dari Gamis Jersey Zoya, Gamis Misbi, Gamis Marzan Polos, Gamis Toyobo Green, Kamila Dress, Gamis Ruby Tuberosa Gamis Rayon dan sebagainya. Bahan material yang digunakan seperti Linen Channel Perezya, Toyobo Fodu dan lainnya. Selain itu juga membuat gamis khusus untuk anak dengan bahan dan model yang sama. Dengan melakukan pemesanan terlebih dahulu dikarenakan Koppi Holic menyediakan kain/bahan dasar. Pemesanan dapat dilakukan secara *online* dan *offline*, jika *online* pembelian dilakukan melalui media sosial sedangkan *offline* bisa membeli langsung ke tokonya (www.koppiholic.com).

Produk yang berdasarkan tinjauan Islam adalah semua produk halal yang memenuhi kedalam syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Dimana dalam pengembangan produk dalam Islam memiliki batasan-batasan tidak hanya melihat dari permintaan pasar saja namun juga harus mengedepankan moralitas. Jadi produsen dalam pengembangan produk tidak hanya mendapatkan keuntungan maksimum saja namun juga harus menghasilkan produk yang bermanfaat bagi konsumen untuk mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat (Qardhawi, 2001). Pengembangan produk busana muslimah sesuai dengan syariat Islam yaitu berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah maka menurut Syaikh Muhammad Nashiudin Al-Albani yaitu: 1) menutup seluruh tubuh sesuai syariat Islam, 2) warna pada pakaian tidak mencolok, 3) kain tebal dan tidak transparan, 4) Ukuran pakaian longgar dan tidak ketat, 5) Bentuk pakaian tidak menyerupai lawan jenis, 6) Desain dan model pakaian tidak menyerupai pakaian non- muslim.

Dalam hal ini pengembangan produk busana muslimah berdasarkan perspektif Islam di Gamis Amika, Dafh Hijab dan Kopi Holic yang merupakan bisnis busana muslimah yang tergolong kedalam umkm dan memproduksi sendiri mulai dari penciptaan produk hingga pengemasan. Selain itu melihat strategi pengembangan produk dalam desain produk di Gamis Amika dalam mengikuti tren *fashion* busana muslimah dan juga ketentuan dalam pengembangan produk busana muslimah sesuai syariat Islam di Gamis Amika (Ika, 2019), Pada Dafh Hijab dalam pengembangan produk melalui desain produk untuk melihat mengikuti tren *fashion* busana muslimah dan juga produk yang dibuat sesuai ketentuan syariat Islam (Wulandari, 2019). Begitupun pada Koppi Holic pengembangan produk yang meneliti mengikuti tren *fashion* busana muslimah dan juga produk dibuat sesuai dengan ketentuan syariat Islam (Mamika, 2019). Selain dari topik penelitian, pemilihan tempat penelitian pada Gamis Amika, Dafh Hijab dan Koppi Holic karena bisnis busana muslimah jika dilihat dalam penjualan *online* cukup dikenal melalui media sosial instagram dan juga web selain itu secara *offline* penjualan dipasar banyak menarik pada kalangan mahasiswa dan pelajar.

Dari latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan dan terkait penelitian terdahulu menjadi alasan penulis untuk melakukan penelitian dengan menggunakan konsep penelitian baru. Walaupun terdapat penelitian yang serupa tentang pengembangan produk namun yang banyak pada bidang barang dan pangan. Selain itu, penulis akan melakukan penelitian pada bisnis busana muslimah yang sangat jarang dilakukan. Penelitian ini ialah penelitian pertama yang melakukan sebuah konsep dengan strategi pengembangan produk busana muslimah dengan pencapaian tujuan berdasarkan perspektif Islam. Apakah dalam busana muslimah dengan strategi pengembangan produk memiliki keterkaitan dalam pencapaian satu sama lain dengan perspektif Islam. Untuk dapat membantu pengembangan produk busana muslimah yang sesuai dengan perspektif dalam Islam.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh

pengusaha busana muslimah di Yogyakarta dalam sebuah penelitian yang berjudul **“Strategi Pengembangan Produk Pada Fashion Busana Muslimah Perspektif Islam di Yogyakarta”**

B. Rumusan Masalah Penelitian

Dalam penelitian ini maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pengembangan produk pada fashion busana muslimah di Gamis Amika, Dafh Hijab dan Koppi Holic ?
2. Bagaimana strategi pengembangan produk pada fashion busana muslimah di Gamis Amika, Dafh Hijab dan Koppi Holic berdasarkan perspektif Islam ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dari penulisan proposal penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis strategi pengembangan produk pada fashion busana muslimah di Gamis Amika, Dafh Hijab dan Koppi Holic.
2. Untuk menganalisis strategi pengembangan produk pada fashion busana muslimah di Gamis Amika, Dafh Hijab dan Koppi Holic berdasarkan perspektif Islam.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana suatu bisnis khususnya di Yogyakarta pada strategi pengembangan produk pada fashion busana muslimah, yaitu :

Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah informasi serta dapat juga sebagai bahan referensi yang berkaitan dengan strategi pengembangan produk.
- b. Penelitian ini dapat dijadikan sumber rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

Manfaat Praktis

- a. Bagi Praktisi/Pengusaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi atau sumber pemikiran bagi pengusaha dalam menerapkan strategi pengembangan produk, dan cara menghadapi persaingan bisnis.

b. Bagi Akademik

Pada bidang akademik penulis mengharapkan penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan terkait strategi pengembangan produk, persaingan bisnis busana muslimah dan perbendaharaan perpustakaan Universitas Islam Indonesia.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan untuk sebagai sumber rujukan penelitian sejenis dan sebagai bahan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini juga merupakan bahan informasi tentang strategi, pengembangan produk, dan cara menghadapi persaingan bisnis.

E. Sistematika Penulisan

Untuk ketentuan pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti mencoba menjelaskan pembahasannya dalam sistematika penulisan. Secara umum, penelitian ini terdiri dari lima bab diikuti dengan beberapa subbab, kemudian pada setiap subbab mempunyai pembatas masing-masing yang akan berkaitan dengan hal lain sebelumnya, adapun penjelasan 5 bab tersebut adalah sebagai berikut :

Dalam bab pendahuluan memuat beberapa subbab terkait dengan latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian. Latar belakang memuat fakta-fakta yang relevan sebagai titik tolak dalam merumuskan masalah penulisan dan mengemukakan alasan penentuan masalah. Rumusan masalah merupakan pertanyaan-pertanyaan dari masalah yang timbul dari latar belakang. Tujuan dan manfaat penelitian yaitu menjelaskan maksud dan kontribusi dari dilakukannya penelitian tersebut.

Pada bab telaah pustaka dan landasan teori ini akan menguraikan tentang beberapa sub pokok yang berkaitan dengan pembahasan penelitian mengenai strategi pengembangan produk pada fashion busana muslimah perspektif Islam di Yogyakarta.

Pada bab metodologi penelitian ini menjelaskan tata cara pelaksanaan penelitian terkait dengan strategi pengembangan produk pada fashion busana muslimah perspektif Islam di Yogyakarta secara logis, empiris, dan sistematis. Didalamnya mencakup desain penelitian, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, obyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian yang digunakan dan terakhir yaitu teknik analisis data.

Pada bab analisis data dan pembahasan ini membahas tentang hasil dari strategi pengembangan produk pada fashion busana muslimah perspektif Islam di Yogyakarta dari berbagai data dan metode yang diajukan.

Pada bab kesimpulan dan saran ini akan dituliskan kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang merupakan pernyataan singkat dan jelas dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta memberikan nilai yang dapat diambil dari hasil penelitian tersebut. Saran disampaikan untuk keperluan pengembangan riset selanjutnya atau perbaikan terhadap hal-hal yang ditemukan sehubungan dengan hasil penelitian yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait.

