

Strategi Bisnis Dalam Mengembangkan Trend Hijab di Kalangan Remaja

Sartika Dewi; sartikadewi2468@gmail.com
Dini Lestari; dinilestarihasibuan@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371

ABSTRAK

Indonesia adalah salah satu negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Wanita muslimah tentunya harus berhati-hati dalam berpakaian, mengikuti nilai-nilai agama, penggunaan hijab digunakan sebagai alat untuk menutupi aurat. Memakai jilbab setiap saat adalah kewajiban bagi wanita muslim, tetapi ada banyak yang hanya memakainya pada waktu-waktu tertentu contohnya saat sedang bekerja, sekolah dan lain-lain. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yang mana datanya tidak menekan pada angka. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang meneliti sesuatu dibalik peristiwa itu terjadi dan hasilnya tidak dapat diperoleh dengan statistik atau bentuk perhitungan lainnya karena data tersebut berasal dari wawancara, foto, video. Peneliti mengumpulkan data tentang beberapa bentuk dan jenis produk hijab yang bervariasi di kalangan remaja yaitu segi empat, pasmina. jeni-jenis hijab yang sedang trend di kalangan remaja yaitu segi empat (Paris Premium dan Bella Square), pasmina (crinkle dan plisket). Promosi merupakan salah satu teknik yang harus di lakukan perusahaan dalam menawarkan hasil produknya. Berdasarkan penelitian dapat di ketahui bahwa strategi bisnis dalam mengembangkan trend hijab dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi dan mengandalkan kualitas produk hijabnya.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Penelitian Kualitatif, Matrix BCG

ABSTRACT

Indonesia is one of the countries where the majority of the population is Muslim. Muslim women must of course be careful in dressing, following religious values, the use of the hijab is used as a tool to cover the aurat. Wearing the hijab at all times is mandatory for Muslim women, but there are many who only wear it at certain times for example while at work, school and others. This research uses a descriptive qualitative research method, where the data does not press on numbers. Qualitative research is research that examines something behind the event happening and the results cannot be obtained with statistics or other forms of calculation because the data comes from interviews, photos, videos. Researchers collected data on several forms and types of hijab products that vary among adolescents. Some forms of hijab include quadrangle, pasmina. the types of hijab that are trending among teenagers are quadrangular (Paris Premium and Bella Square), pasmina (crinkle and plisket). Promotion is one of the techniques that companies must do in offering their product results Based on research, it can be known that business strategies in developing hijab trends can be done using technology and relying on the quality of their hijab products.

Keywords: Business Strategy, Qualitative Research, Matrix BCG.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam atau Muslim. Meski 88% penduduk Indonesia beragama Islam, Indonesia adalah Negara yang tidak berasaskan nilai islam. Wanita muslimah tentunya harus berhati-hati dalam berpakaian. mengikuti nilai-nilai agama. Seringkali fokusnya adalah pada bagaimana atau

cara jilbab dipakai. Berkenaan dengan meningkatnya wanita muslimah berhijab, penggunaan hijab yang dulunya digunakan sebagai alat untuk menutupi aurat, kini menjadi trend fashion.

Hal ini dibuktikan dengan perkembangan gaya hijab yang semakin beragam dan diversifikasi model hijab. Fenomena ini merupakan salah satu peluang bisnis baru di Indonesia. Jadi, bisnis hijab sekarang sedang berkembang dan merek-merek baru bermunculan. Hijab kini menjadi trend di kalangan remaja dan masyarakat modis. Untuk hijab, hijab merupakan cara seseorang mengekspresikan ganda dari nilai-nilai religi dan tren fashion modern, mirip dengan hijab yang diadaptasi untuk barang curian di pasaran.

Keberadaan hijab diterima secara luas dalam berbagai sosial media. Memang masih ada wanita berhijab yang tidak sesuai dengan syariat Islam, karena jilbab mengikuti gaya kontemporer yang dimaknai dalam Islam sebagai ketundukan mengenakan pakaian dari ujung kepala hingga ujung kaki. dunia sebagai gaya hidup yang menunjukkan keanggunan seorang wanita, beberapa wanita muslim mungkin memilih untuk melepas jilbab atau hijab, atau tidak konsisten saat mengenakan hijab.

Banyak aspek yang kini mulai berubah seiring berjalannya waktu. Salah satunya adalah hijab. Hijab sekarang lebih dari sekedar penutup kepala atau penutup aurat, namun kini hijab menjadi salah satu trend fashion yang banyak diminati oleh masyarakat umum khususnya para remaja. Maka dengan berkembangnya hijab, mereka yang memakainya pun tidak ketinggalan dengan model dan merek yang trend. Selain itu, banyaknya model produk di pasar mengubah perilaku belanja konsumen.

Sekarang ini banyak wanita khususnya orang dewasa yang menggunakan trend hijab sebagai fashion muslimah. Selain fungsi utama untuk menyembunyikan aurat hijab, hijab nampaknya sedang menjadi trend terutama dikalangan anak muda. Tak heran jika saat ini banyak pebisnis yang ingin menjual hijab sebagai bisnis utama mereka. Supaya bisnis hijab menjadi kompetitif, sukses dan meningkatkan keuntungan, penjual harus memiliki strategi sendiri dalam pemasaran yang tepat. Salah satunya adalah menerapkan strategi pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi.

Melihat fenomena yang terjadi, muncul salah satu ide yang kreatif untuk mengembangkan mode hijab yang modis namun tetap syar`i. sehingga tidak ada pendapat pada kalangan remaja bahwa menggunakan hijab terlihat norak dan menjadi salah satu penghambat aktivitas. Ide kreatif agar mengembangkan mode hijab yang modis namun tetap syar`i dan memotivasi para remaja untuk menutup auratnya. Awak media pun beramai-ramai memperkenalkan bentuk trend fashion hijab sebagai fitur fashion untuk menggunakan hijab yang modis namun sesuai dengan syariat islam.

Dalam perkembangannya, hijab seolah-olah hanya milik Islam, yang dianggap sebagai identitas oleh wanita muslimah, namun ada banyak kontroversi seputar hijab. Di satu sisi, jilbab adalah kewajiban bagi wanita Muslim, dan di sisi lain, jilbab sebagai kewajiban hanyalah retorika penafsiran ayat-ayat Al-Qur'an.

Hijab kini telah menjadi gaya hidup bagi sebagian wanita muslimah. Jika sebelum hijab dianggap monoton dan ketinggalan zaman, mengingat realitas saat ini, berbanding terbalik dengan. Hijab saat ini menjadi salah satu dari pilihan yang dikenakan wanita muslimah dalam kesehariannya. Gaya atau model hijab. Salah satu cara untuk menutupi aurat adalah dengan mengenakan jilbab di mana saja, di dalam atau di luar rumah. Dimanapun seseorang berada, auratnya selalu tertutup oleh hijab yang dikenakannya.

Implementasi untuk mengetahui bagaimana strategi bisnis dalam ekonomi yaitu di bagi menjadi 3 tahap, yaitu :

- a. mengidentifikasi strategi dan pasar.
- b. membangun analisis.
- c. menentukan strategi dari analisis.

METODE PENELITIAN

Peneliti dalam mengumpulkan data untuk meneliti penelitian ini yaitu menggunakan instrumen wawancara dan observasi yang mengharuskan peneliti ikut berpartisipasi di lapangan dalam melakukan analisis, dikarenakan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yang mana datanya tidak menekan pada angka maka data yang diperoleh hanya berupa kata-kata. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang meneliti sesuatu dibalik peristiwa itu terjadi dan hasilnya tidak dapat diperoleh dengan statistik atau bentuk perhitungan lainnya karena data tersebut berasal dari wawancara, foto, video, dan catatan di lapangan. Subjek merupakan sumber data yang mana dalam penelitian ini subjeknya berfokus pada remaja untuk memperoleh data, dalam mengumpulkan data tersebut diperlukan beberapa teknik, yaitu:

1. Teknik Wawancara

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur, karena peneliti memilih beberapa orang yang peneliti rasa mampu menjadi informan untuk memperoleh data. Tetapi peneliti akan menambah atau mencari orang lain untuk melengkapi data apabila data yang diperlukan masih kurang memadai untuk penelitian ini. Tujuan dari wawancara yaitu untuk menemukan permasalahan secara terbuka dari apa yang di sampaikan informan, karena peneliti perlu mendengarkan, mencatat ataupun merekamnya.

2. Teknik Observasi

Peneliti memilih teknik ini yaitu sebagai bukti pengamatan, dengan memfoto hal-hal yang peneliti anggap penting karena penelitian ini harus berdasarkan fakta-fakta yang ada. Hasil dari observasi ini digunakan sebagai media untuk memastikan dan memperkuat data serta mencocokkan data dengan informasi yang dihasilkan dari wawancara.

Langkah-langkah menganalisis penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu ;

- a. Persiapan; menyusun rencana penelitian, memilih lapangan, mengurus perizinan, memilih dan memanfaatkan informan, menyiapkan pengumpulan data penelitian.
- b. Lapangan; memahami dan memasuki lapangan, aktif dalam kegiatan.
- c. Pengolahan data; reduksi data, display data, analisis data, mengambil kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Mengidentifikasi Strategi Dan Pasar

Hasil Penelitian setelah terjun ke lapangan peneliti mendapatkan informasi bahwa ada beberapa strategi pemasaran yang utama, yaitu :

1. Produk

Hijab dengan bahan ini yaitu memiliki tekstur yang lembut, bahannya ringan dan mudah di atur. Sehingga hijab ini sangat populer banget di kalangan remaja karena bisa digunakan untuk berbagai aktivitas harian.

a) Segi Empat (Paris Premium)

Hijab dengan bahan ini yaitu memiliki tekstur yang lembut, bahannya ringan dan mudah di atur. Sehingga hijab ini sangat populer banget di kalangan remaja karena bisa digunakan untuk berbagai aktivitas harian.

b) Segi Empat (Bella Square)

Hijab bella square ini memiliki bahan yang lentur, adem, bahannya terbuat dari katun jenis *double hycon*, dan harganya terjangkau. Sehingga hijab ini juga populer di beberapa kalangan remaja.

c) Pashmina (crinkle)

Selain memiliki bentuk dan ukuran yang berbeda dari hijab segi empat, hijab jenis ini memiliki khas berkerut dan kusut jadi tidak perlu disetrika. Bahan hijab ini juga memiliki tekstur yang lembut dan mudah di gunakan dan di bentuk serta tidak licin ketika di pakai.

d) Pashmina (plisket)

Jenis hijab ini juga di gemari oleh para remaja, karena permukaan hijab yang mengkerut, bahannya jatuh (*ceruty babydoll*), mudah di bentuk dan tidak gampang kusut sehingga ketika menggunakan hijab jenis ini dengan berbagai bentuk menjadi pesona tersendiri.

2. Harga

Ketika suatu perusahaan ingin memproduksi ke empat jenis produk hijab yang tengah trend di kalangan remaja, maka harus memperhatikan kuantiti produksi setiap harinya untuk menyediakan stock gudang agar tidak sampai kehabisan ketika terjadi pemesanan produk yang besar. Agar hijab memiliki mutu yang tinggi maka diperlukan bahan hijab yang berkualitas, tetapi perusahaan harus mengikuti harga pasaran untuk menyeimbangi harga pesaing, yaitu dengan cara mengeluarkan jenis hijab yang berbeda untuk membedakannya dari sisi ketebalan, ukuran sehingga menghasilkan harga rendah dan menyeimbangi pasar.

3. Tempat

Strategi bisnis juga di lihat dari tempatnya, karena banyaknya remaja muslim di indonesia yang tersebar di berbagai tempat maka perusahaan harus menyediakan jasa ekspedisi untuk memperluas pemasaran penjualan produknya karena memudahkan pelanggan tetap yang di luar wilayah. Sehingga pembuatan produksi memiliki jumlah yang besar untuk memenuhi permintaan pasar.

4. Promosi

Promosi merupakan salah satu teknik yang harus di lakukan perusahaan dalam menawarkan hasil produknya bisa dengan menggukan media sosial, iklan, website. Promosi yang utama di era sekarang ini yaitu menggunakan media sosial dijamin suatu produk yang di promosikan lewat media sosial akan meningkatkan produksi dalam jumlah besar dan dalam waktu yang singkat.

Pemanfaatan media sosial untuk promosi ini yaitu saling memudahkan produsen dan konsumen dalam mengetahui keberadaan masing-masing dan memudahkan transaksi.

2. Membangun Analisis

Metode analisis marketing Boston Consulting Group (BCG)

Menyusun suatu perencanaan strategi bisnis yaitu dengan melakukan pengkalsifikasian terhadap keuntungan perusahaan. Dengan menggunakan metode analisis BCG ini dapat membantu perusahaan dalam menilai masing-masin produk, sehingga bisa memnentukan strategi kedepannya. Analisis ini di kembangkan oleh *Henderson* pada tahun 1970-an. Analisis ini bertujuan untuk menghitung tingkat pertumbuhan pasar mulai dari tingkat produksi dan pertumbuhan industri karena dalam metode ini memiliki 2 faktor dasar yang sangat penting yaitu pangsa pasar bisnis di mana produk di pasar di bandingkan keseluruhan, dan tingkat pertumbuhan pasar di pertimbangkan dalam bentuk grafik.

Strategi bisnis harus menargetkan pasar ke toko-toko distributor yatu dengan membandingkan produk hijab yang di produksi dengan pesaing terlebih dahulu. Dengan perusahaan menggunakan metode BCG yaitu agar membantu mengejar terget market share dalam mengembangkan trend hijab di kalangan remaja serta mudah kan mengambil keputusan yang strategis berdasarkan peluang pasar. Matrix BCG memiliki 2 baris, 2 kolom, kategori-kategori tersebut yaitu :

a. Question Marks (Tanda Tanya)

Produk yang memiliki pertumbuhan tinggi akan tetapi pangsa pasarnya masih sangat rendah. Keuntungan yang diperoleh umumnya tidak sebanding dengan biaya-biaya yang di dikeluarkan. Namun pertumbuhan yang pesat bisa saja berubah menjadi Stars atau bintang.

b. Stars (Bintang)

Produk yang pertumbuhannya cepat serta menghasilkan keuntungan yang besar dan memiliki pangsa pasar yang dominan. Maksudnya yaitu produk-produk termuka yang di minati oleh pasar.

- c. Cash cows (Sapi Perah)
Produk yang memimpin pasar yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan yang lebih banyak dibandingkan dengan biaya yang di keluarkan. Produk pada kategori memiliki pertumbuhan kedepan yang terbatas namun pangsa pasarnya tinggi.
- d. Dogs (Anjing)
Produk yang mengalami pertumbuhan yang rendah dan pangsa pasar yang rendah. Produk pada kategori ini biasanya hanya menghasilkan keuntungan yang sangat rendah dan bahkan harus menanggung kerugian.

3. Menentukan Strategi Dari Analysis

Setelah mendapatkan data melalui analisis mantrix BCG dapat di temukan data terkait peluang dalam mengembangkan trend hijab di kalangan remaja, dan dapat mengetahui kelebihan dan kukarangan suatu produk hijab.

Tabel 1: Matrix BCG

Stars Paris premium Pashmina Crinkle	Questions Marks Pashmina plisket
Cash Cows Bella Square	Dogs ?

Dari analisa di atas dapat di simpulkan bahwa arah strategi bisnis yang dominan di pasar dan banyak di minati para remaja adalah jenis hijab Bella square, paris premium, dan pasmina crinkle. Maka usaha yang harus di lakukan yaitu mempertahankan konsistensi kualitas produk yang tinggi. Sehingga strategi yang di rekomendasikan matrix BCG dalam mengembangkan trend hijab di kalangan remaja adalah: menambah jumlah stock produk, menambah agen distributor, mengembangkan varian hijab, ekspansi pasar, diskon dalam pengambilan jenis dan jumlah tertentu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian strategi bisnis melalui metode *boston consulting group (BCG)* terhadap kalangan remaja dalam mengembangkan trend hijab, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Berdasarkan penelitian dapat di ketahui bahwa strategi bisnis dalam mengembangkan trend hijab dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi dan mengandalkan kualitas produk hijabnya.
2. Dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis dalam mengembangkan produk hijab dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan dan memberikan inspirasi bagi remaja dalam memilih model hijab.
3. Kelebihan dan kelemahan dari beberapa produk hijab yaitu; terksur kainnya halus, lembut, nyaman di gunakan, mampu menyerap keringat. Untuk kelemahannya yaitu bahan paris premium dengan bella square jika tidak premium bahannya cenderung terlalu tipis, bisa menerawang. Bella dan paris rentan robek.

REFERENSI

- Fanani Zaimil Muhammad, R. P. (2019). Komunikasi Pemasaran Online Daffi Hijab Style Lamongan. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, 5, 1.
- Febriani, G. A. (2019, july 18). Hijab Crinkle Anti Kusut Lagi Tren, Ini Inspirasinya dari Para Selebgram. Retrieved from Wolipop: <https://wolipop.detik.com/hijab-style/d-4590695/hijab-crinkle-anti-kusut-lagi-tren-ini-inspirasinya-dari-para-selebgram>

- Ibnu. (2021, february 1). BCG Matrix: Pengertian, Kuadran, dan Strategi Mengembangkannya. Retrieved from accurate: <https://accurate.id/marketing-manajemen/bcg-matrix/>
- Munawara, C. (2017). Komodifikasi Hijab Islam Dan Tren Fashion Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Banda Aceh.
- Nadine. (2022, Juny 29). Perbedaan Kerudung Paris dan Bella Square, Kamu Suka yang Mana? Retrieved from Blibi.com: <https://www.blibli.com/friends/blog/perbedaan-kerudung-paris-dan-bella-square-19/>
- Ramadhani, P. A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Hijab Belshouse Di Kota Madiun. Surabaya.
- Subhan Ali, M. P. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Produk Dengan Metode Analisis Marketing BCG, SWOT, dan Benchmarking Pada Perusahaan Ruby Hijab. Cianjur, Jawa Barat .
- Surya Wignyo, R. K. (2017). Analisa Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Metode Competitive Positioning Analilysis PT Surya Polyplas Utaama. Agora Vol. 5 No.1, 3-4.
- Thidi. (2018, Ferbruary 12). Pengertian Matriks BCG Serta Hubungannya dengan Siklus Hidup Produk. Retrieved from THIDIWEB.com: <https://thidiweb.com/matriks-bcg-dan-contohnya/>
- tokped. (2022, 12 12). Ekspansi- pengertian, jenis dan contohnya. Retrieved from PT Tokopedia:
<https://kamus.tokopedia.com/e/ekspansi/#:~:text=Dalam%20dunia%20bisnis%2C%20dikenal%20juga,pernah%20sama%20sekali%20menggunakan%20produknya.>