

INOVASI HIJAB MENJADI LEBIH TRENDY DAN WUDHU FRIENDLY

Retno Hastuti

Program Studi Ekonomi Pembangunan
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
e-mail : retnohastuti77@gmail.com

Bella Febriantikaningrum

Program Studi Ekonomi Pembangunan
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
e-mail : febriatikabella@gmail.com

Septiana Pidya Nugraheni

Program Studi Ekonomi Pembangunan
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
e-mail : pidyanugraheni98@gmail.com

Erfa Saodah Rizqil Amin

Program Studi Ekonomi Pembangunan
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
e-mail : erfa00894@gmail.com

Nia Sarinastiti

Program Studi Ekonomi Pembangunan
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
e-mail : niasarinastiti7@gmail.com

ABSTRACT

In the development of the hijab trend model in this modern era there are many different types of hijabs, just aurat, here we innovate the "Hi-Sunny" hijab with advantages not only as a cover for the genitals, in addition the connecting strap is wrapped in a suitable hijab Compilation ablution and re-available on the front of the headscarf that can be created more than 8 models of headscarves and pearl pearl tassel on both ends of the headscarf. In marketing, promotions are carried out online and offline. Online promotion is done using Instagram, Facebook, Whatsapp and other social media offline with ready kiosks. The purpose of this study was to create hijab clothing that was efficient, trendy and simple and added value to the function of the hijab.

ABSTRAK

Dalam perkembangan model tren hijab di era modern ini banyak sekali berbagai model hijab yang bervariasi namun berfungsi sebatas penutup aurat saja, disini kami menginovasikan hijab “Hi-Sunny” dengan kelebihan tidak hanya sebagai penutup aurat saja dengan tambahan tali putus sambung dibagian dalam hijab yang mempermudah ketika berwudhu dan terdapat resleting dibagian depan hijab yang dapat dikreasikan lebih dari 8 model hijab serta terdapat tassel mutiara dikedua ujung hijab. Dalam pemasarannya dilakukan promosi secara online dan offline. Promosi online dilakukan menggunakan Instagram, Facebook, Whatsapp dan media

social lainnya sedangkan secara offline dengan membuka lapak. Tujuan penelitian ini adalah untuk menciptakan fashion hijab yang efisien, trendy dan simple serta menambahkan nilai tambah dari fungsi hijab.

Kata Kunci : Hi-Sunny, hijab, promosi, trendy, fungsi, efisien

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk beragama Islam terbesar di dunia. Faktanya Indonesia termasuk dalam populasi muslim terbanyak di dunia, kurang lebih diperkirakan ada 207 juta orang yang beragama Islam. Semakin kesini perkembangan agama Islam semakin banyak yang mana penduduk Islam khususnya kaum hawa menginginkan penampilan dengan gaya modis sesuai perkembangan zaman yang tidak melanggar ketentuan syariat Islam.

Salah satunya dengan mengikuti trend model hijab. Disini kita mengamati banyak kaum hawa ketika mengenakan hijab mengalami kesulitan saat berwudhu terutama ditempat terbuka, pastinya para kaum hawa enggan melepas seluruh hijabnya. Dengan perkembangan zaman banyak kaum hawa saat ini memilih mengenakan hijab yang trendy, modis dan tetap sesuai tuntutan agama tetapi masih belum banyak hijab yang dapat memenuhi keinginan para kaum hawa.

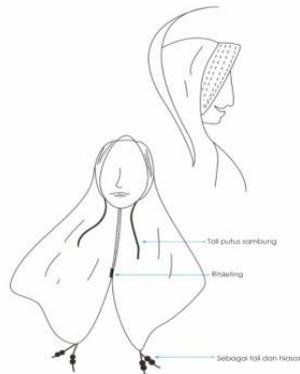
Untuk itu kami menginovasikan Hijab “Hi-Sunny”. “Hi-Sunny” ini memiliki **kelebihan** dari sisi desain dan model yang dilengkapi aksesoris tali putus sambung dibagian dalam hijab, resleting dibagian depan hijab, dan pernak-pernik tasel di kedua ujung bagian depan hijab. Hijab “Hi-Sunny” ini merupakan inovasi baru untuk mengatasi ketidakpraktisan saat menggunakan hijab dan mempermudah saat berwudhu. Selain itu, hijab ini dapat dikreasikan menjadi 8 model hijab. Hijab yang kita buat diharapkan dapat menjadi salah satu hijab yang digemari para kaum hawa yang mengenakan hijab dikalangan mahasiswa maupun masyarakat umum.

Luaran yang kami harapkan dengan memproduksi “Hi-Sunny” ini adalah dapat meningkatkan keinginan masyarakat muslim dalam berhijab secara trendy dan mampu menghasilkan artikel ilmiah tentang peluang usaha dalam menginovasikan hijab menjadi lebih banyak model dengan satu hijab.

METODE

Pelaksanaan kegiatan PKM-K “Hi-Sunny” dilakukan dengan tahapan produksi yang pertama yaitu mendesain hijab. Berikut design “Hi-Sunny”.

.Desain hijab tampak depan



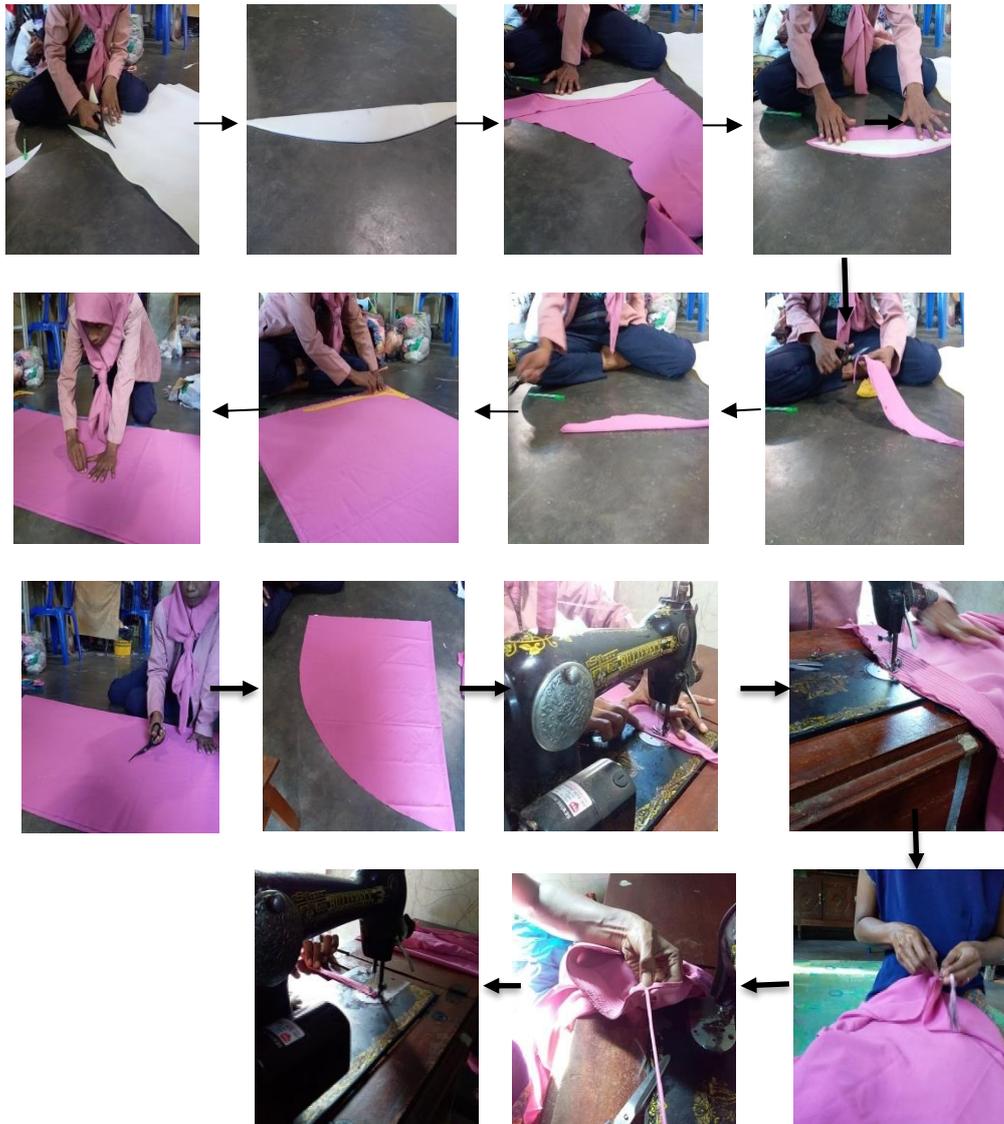
.Desain hijab saat berwudhu



Selain itu , kita juga melakukan branding. Branding produk dilakukan dengan langkah pertama yaitu menentukan target pasar. Target pasar “Hi-Sunny” adalah wanita muslim di Indonesia. Berikut logo produk kami.



Setelah branding pelaksanaan kegiatan yang kita lakukan adalah strategi pemasaran dan tahap produksi. Kami melakukan strategi pemasaran secara online dan offline, yang dapat diakses dalam facebook, instagram, web, dan OA Line serta terdapat outlet di daerah Kulon Progo. Dan berikut tahapan produksi hijabnya.



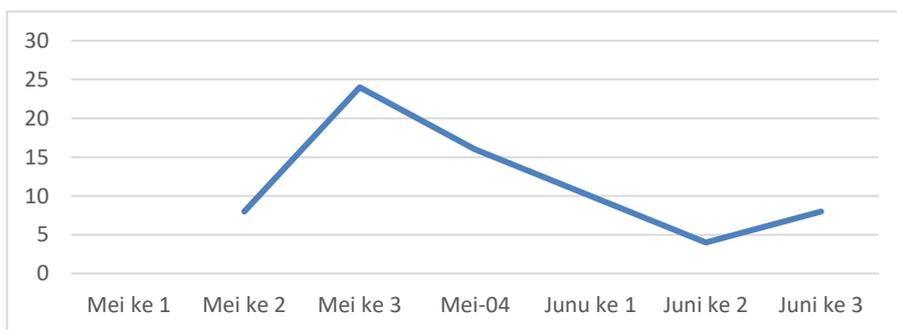
(Gambar di atas langkah pembuatan yang terdiri dari membuat pola pet kemudian pola hijab yang kemudian keduanya digabungkan dan setelah itu dipasang tali, resleting serta pernak-perniknya.)

Berikut hasil produksi dari kegiatan ini berupa hijab “Hi-Sunny”, salah satu model dari ke 8 model hijab yang kita buat sebagai berikut :



ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penjualan Hi-Sunny cukup membuat para kaum hawa tertarik dengan produk ini karena dirasa simpel, praktis kekinian dan mempermudah dalam berwudhu. Harga jual satuan Hi-Sunny sebesar Rp 100.000,-. Penjualan mengalami kenaikan dan penurunan, penjualan terbanyak terjadi pada minggu ke 3. Hal ini terjadi karena di minggu tersebut merupakan minggu ke 3 di bulan ramadhan yang mana mendekati hari Raya Idul Fitri.



Ketercapaian Target Luaran dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1. Tabel Target Luaran

No.	Target	Ketercapaian Target (100%)	
		SudahTercapai	BelumTercapai
1.	Survey Pasar	100%	0%
2.	PemenuhanAlatdanBahan	80%	20%
3.	TempatProduksi	100%	0%
4.	PelaksanaanProduksi	100%	0%
5.	Pemasaran	80%	20%
	a. Sosial Media (Instagram, Facebook, dan WA)	60%	40%
	b. Display Produk	70%	30%
6.	Laporan	70%	30%
Target Pencapaian		82,5%	17,5%

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- a. Inovasi hijab yang kita lakukan untuk mengatasi masalah wanita yang ingin tampil trendy tetapi tidak melanggar syariat Islam.
- b. Hijab yang kita buat memiliki keunggulan yaitu dari sisi desain dan model yang dilengkapi aksesoris tali putus sambung dibagian dalam hijab, resleting dibagian depan hijab, dan pernak-pernik tasel di kedua ujung bagian depan hijab. Dan hijab yang dapat dikreasikan menjadi 8 model.

Saran

Masih diperlukan promosi yang lebih luas untuk mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin dengan media online seperti instagram dan facebook.

DAFTAR PUSTAKA

Afwica Malisga, Mukhirah dan Fadhilah.2018."Hijab Syar'i Multifungsi Bagi Remaja Muslimah"Vol 3(1):36-53

Arsita Desi dan Sri Rahayu.2010."Analisis Pengaruh Iklan, KepercayaanMerk, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen". Ekonomi dan Bisnis. Vol 13(1):37-45

<https://rachmanfauziah.wordpress.com/tag/tata-cara-berwudhu-bagi-wanita-berjilbab-di-tempat-umum/> diakses pada tanggal 7 November 2018 pukul 18.20 WIB

<https://www.indonesia.investments.com/id/budaya/agama/islam/item248> diakses pada tanggal 5 November 2018 pukul 14.35 WIB

Narastika Rai dan Yasa Kerti."Peran Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran"

Rashin,Maraya Azizah dan Gina Astri.2018."Identifikasi Inovasi dan Kinerja Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing.Penelitian Pendidikan".

Suharsono,Riyanto Setiawan dan Sari,Rini Purnama.2019."Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab". Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis. Vol 1(2):2621-3230.