

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia selalu mengalami perubahan-perubahan selama hidup baik secara individu maupun secara kolektif dalam konteks kehidupan bermasyarakat. (Soekanto, 2006:259). Perubahan dalam berbagai macam sektor yang terjadi pada kelompok masyarakat disebut sebagai perubahan sosial. Perubahan sosial dapat dilihat dari perkembangan zaman saat ini, mulai dari teknologi, transportasi hingga ke fashionable yang mengalami perkembangan cukup pesat dan serba modern. Fashionable muslim pun tidak kalah, semakin hari semakin banyak model busana muslim baru dan dapat dinikmati seluruh masyarakat muslim. Selain model yang berkembang, perkembangan mode dalam penggunaannya semakin lama semakin tidak terkontrol lagi, salah satunya yaitu dalam penggunaan hijab syar'i.

Hijab merupakan sebuah kain yang berfungsi sebagai penutup aurat wanita. Hijab berasal dari Bahasa Arab, *hajaban* yang artinya tabir atau penutup. Maksudnya adalah tabir atau tirai penutup yang memisahkan sesuatu, bisa berupa tembok, bilik, gorden, kain, atau lainnya. Maka dari itu hijab syar'i adalah wanita yang menutupi seluruh badannya, termasuk wajah, kedua telapak tangan, kedua telapak kaki, dan menutupi perhiasan

dengan maksud mencegah laki-laki asing melihat sebagian dari perhiasan-perhiasan tersebut. Namun sebagian besar ulama menyebutkan, bagian yang boleh tampak dari seorang wanita adalah wajah dan telapak tangan (Zami, 2014). Perintah memakai hijab telah tercantum didalam Al-Qur'an (33:59) yang artinya: *Hai Nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka".* *Yng demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak diganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.*

Namun pada saat ini, hijab tidak hanya sekedar menutup aurat. hijab dipandang sebagai fashionable yang selalu mengikuti perkembangan zaman. Bahkan hijab tersebut tidak hanya mengikuti tren fashionable tetapi juga membentuk komunitas berbasis, kesukuan, etnik, hingga komunitas hobi, gaya hidup, serta komunitas fashionable kini menjadi marak. Sebagai contoh telah munculnya komunitas hijabers yang menunjukkan contoh adanya kecenderungan pergeseran pada masyarakat post modern untuk membentuk komunitas yang sesuai dengan identitas dan pilihan pribadinya. Model hijab yang dibuat para desainer saat ini semakin cantik, modis dan trendy, berbeda dengan jaman dahulu. Sekarang ini mudah dijumpai model hijab dengan aneka bentuk dan motif yang cantik. Cara pemakaian hijab pun mulai beragam, unik dan tampak modern.

Keberagaman model hijab yang semakin modern membuat konsumen menjadi lebih banyak memiliki pilihan dalam menentukan model hijab yang akan digunakan, hal ini membuat produsen hijab selalu mengembangkan model hijab untuk menarik minat beli konsumen. Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Hal ini sangat diperlukan oleh para pemasar untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap suatu produk. Produsen harus bisa memprediksi perilaku konsumen dimasa yang akan datang, yang kemudian dapat mengembangkan produk hijab sesuai dengan minat beli dari konsumen sehingga dapat menjadikan daya tarik pada produk hijab pada konsumen.

Daya tarik individu untuk memakai hijab kreasi baru yang bervariasi menyebabkan banyak wanita untuk meniru dan memakai hijab sebagai model pakaian agar tidak dikatakan ketinggalan zaman (Hela *et al.*, 2013). Pada dasarnya wanita harus menggunakan pakaian yang longgar (tidak ketat), tidak transparan, dan memakai kain tudung (jilbab) sampai menutupi dada. Akan tetapi masih banyak wanita yang tidak mengikuti syariat Islam dan hanya mengikuti fashionable dan *trendy* agar lebih dianggap tidak ketinggalan zaman.

Daya tarik wanita dalam memakai hijab tidak terlepas dari perkembangan fashionable pada saat ini. Fashionable merupakan bagian dari gaya hidup masyarakat di dunia, dengan berbagai macam jenis dan mode yang terus mengalami dinamika atau perubahan. Mode sebagai bagian dari budaya populer, mengalami perkembangan yang cukup pesat ke seluruh dunia dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain media. Evolusi fashionable tidak berhenti saat ini, seperti gaya busana wanita terus berubah dengan cepat. Gaya dan toleransi dengan pedoman Islam menunjukkan bahwa wanita muslim dapat menggunakan busana yang fleksibel dan modis. Seorang wanita yang berbusana dengan modis dapat dicerminkan dari ekspresi perilakunya. Wanita yang mengenakan busana modis yang mengikuti perkembangan mode saat ini lebih cenderung memiliki sikap positif sehingga dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam setiap kegiatan yang dilakukannya. Penampilan yang modis dari seseorang dapat memunculkan identitasnya, menunjukkan nilai-nilai, dan mengekspresikan suasana hati (Jan & Abdullah, 2015).

Fashionable atau penampilan bagi wanita memegang peranan penting, karena menyangkut kepuasan dan kepercayaan diri didepan khalayak umum serta cermin kepribadian bagi seorang wanita. Dalam segi penampilan seorang wanita muslimah harus mengandung nilai kesopanan. Modesty (kesopanan) diartikan sebagai tindakan tertentu, termasuk kesabaran, kemurnian pemikiran, dan kemurahan hati. Nilai kesopanan akan mengarahkan kepada kontrol terhadap diri seseorang (Hahner &

Varda, 2012). Bentuk hijab yang digunakan oleh muslimah dapat menunjukkan sisi kesederhanaan dan kesopanan, sehingga hijab merupakan sebuah identitas muslimah yang begitu kuat.

Trend hijab saat ini tidak hanya mengutamakan kewajiban terhadap seorang muslimah tetapi juga mengandung nilai-nilai estetika (keindahan) yang membuat seseorang lebih tertarik menggunakan hijab. Nilai estetika tersebut muncul dan terus berkembang. Perkembangan fashionable tidak terlepas dari produktivitas dan kreativitas yang beriringan dengan nilai-nilai kebaruan yang ekspresif (Sucipto, 2015).

Kondisi perkembangan fashionable membuat para wanita muslim semakin mengetahui tentang pentingnya fashionable dan trend hijab. Tak hanya itu, hal ini juga menjadi penanda bahwa busana muslim makin berkembang. Perkembangan hijab saat ini membuat banyak wanita yang menggunakan hijab dan hijab menjadi trend mode baru. Hijab yang digunakan pun beraneka ragam, mulai dari hijab fashionable sampai hijab yang syar'i yang merupakan tuntutan Agama Islam. Busana syar'i khususnya hijab syar'i sudah sering digunakan muslimah di Indonesia. Kriteria hijab syar'i adalah hijab lebar, menutup dada, longgar dan tidak tembus pandang.

Perkembangan bisnis busana muslim khususnya toko-toko hijab di Kota Semarang sangat pesat, hal ini dapat dilihat dari banyak bermunculan toko-toko hijab di Kota Semarang sehingga persaingan pada bisnis ini

menjadi semakin cukup ketat dan setiap toko berlomba-lomba untuk memberikan harga yang murah namun kualitas yang bagus dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

Mayoritas penduduk Indonesia adalah penganut agama Islam. Islam sangat identik dengan berpakaian yang khas, yaitu pakaian yang muslimah dan menggunakan hijab. Hal ini yang mendorong daya tarik produk hijab di Indonesia khususnya Kota Semarang menjadi semakin tinggi.

Tabel 1.1

Presentase Pemeluk Agama di Indonesia Tahun 2015

S

	Pemeluk Agama	Presentase
m	Islam	87,2%
b	Kristen	6,9%
e	Katolik	2,9%
r	Hindu	1,7%
	Budha	0,7%
:	Koghucu	0,05%

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa muslim memegang presentase terbesar di Indonesia dengan presentase dominan sebanyak 87,2% dibandingkan agama-agama lainnya. Akan tetapi, perkembangan terhadap meningkatnya daya tarik produk hijab tidak diseimbangkan dengan tingkat kesopanan wanita dalam menggunakan hijab. Wanita lebih memilih menggunakan dasar tren terkini sebagai acuan dalam mengenakan pakaian, sehingga dalam pemakaian hijab tidak berlandaskan syariat islam yang lebih mengutamakan unsur kesopanan (tidak menggunakan hijab syar'i).

Hijab syar'i adalah hijab yang sesuai dengan ketentuan yang ada di dalam Al-Qur'an. Dalam Al-Qur'an sudah dijelaskan bahwa hijab itu seperti baju kurung (tidak ketat), misalnya gamis ataupun atasan yang longgar dan menggunakan rok. Bukan seperti kenyataan pada saat ini. Para muslimah menggunakan hijab yang dililit dengan baju dan celana yang ketat, hal ini sangat bertolak belakang dengan apa yang sudah ditentukan didalam Al-Qur'an.

Hasil studi Novitasari (2014) telah menemukan bahwa hijab syar'i dianggap kuno, tertutup, dan menghambat aktivitas terutama bagi perempuan karir, hijab dipandang tidak mencerminkan sifat energik, aktif, modern, fashionable. Hal tersebut berbeda dengan hasil penelitian Ernungtyas (2016) menjelaskan bahwa fashionable mempunyai hubungan yang dapat mempengaruhi terhadap daya tarik hijab syar'i. Fashionable menjadi daya tarik hijab syar'i bagi kaum muslimah karena mereka menyadari penampilan fisik yang menarik sangat membantu nilai kesopanan dari dalam dirinya.

Kebanyakan wanita muslimah saat ini lebih mementingkan mode tren terkini dibandingkan dengan yang sudah diatur dalam Al-Qur'an, karena mengikuti mode dan tren saat ini menjadi alasan wanita untuk tidak menggunakan hijab syar'i. Hasil penelitian Naira (2014) menunjukkan bahwa tren mampu merubah pemahaman dari hijab syar'i menjadi hijab yang nyaman digunakan muslimah. Hal ini dikarenakan tren dan fashionable menjadikan faktor utama agar mereka diterima dalam kehidupan bermasyarakat. Disisi lain tidak hanya tren yang dapat mempengaruhi penggunaan hijabnya tetapi adanya pengetahuan agama dalam menggunakan hijab merupakan faktor yang dapat mempengaruhi perubahan bentuk hijab yang akan digunakan, karena dapat menyadari dan memahami dengan baik makna hijab sesuai dengan syariat Islam.

Begitu pula pada produsen hijab syar'i, mereka lebih mementingkan produksi yang mengikuti perkembangan minat konsumen pada produk hijab syar'i, karena banyak konsumen yang hanya mengikuti tren untuk tampil modis. Produsen lebih mengutamakan ketertarikan konsumen dengan mengikuti tren fashionable tanpa melihat syariat islam. Berdasarkan permasalahan tersebut perlu dilakukan suatu studi yang mempelajari penelitian-penelitian yang sudah dilakukan, dan membuat pembaharuan sehingga didapat suatu kerangka utuh yang dapat merumuskan bagaimana meningkatkan minat beli konsumen melalui daya tarik hijab syar'i, fashionable, modesty, dan estetika.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diambil dalam penelitian ini, maka rumusan masalahnya adalah “Bagaimana Peningkatan Model Daya Tarik Hijab Syar’i“ . Kemudian pertanyaan penelitian (*question research*) yang muncul dalam studi ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh gaya fashionable terhadap daya tarik hijab syar’i ?
2. Bagaimana pengaruh model modesty terhadap daya tarik hijab syar’i ?
3. Bagaimana pengaruh desain estetika terhadap daya tarik hijab syar’i ?
4. Bagaimana pengaruh daya tarik hijab syar’i terhadap minat beli konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendiskripsikan dan menganalisis keterkaitan fashionable terhadap daya tarik hijab syar’i
2. Mendiskripsikan dan menganalisis keterkaitan modesty terhadap daya tarik hijab syar’i
3. Mendiskripsikan dan menganalisis keterkaitan estetika terhadap daya tarik hijab syar’i
4. Mendiskripsikan dan menganalisis keterkaitan daya tarik hijab syar’i terhadap minat beli konsumen?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis studi dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan bahan pertimbangan pengambilan keputusan bagi pengusaha, khususnya dalam meningkatkan minat beli konsumen dan daya tarik hijab syar'i melalui fashionable, modesty, dan estetika yang digambarkan melalui model kerangka pikir penelitian.