

MARKETING MUSLIMAH FASHION HIGH QUALITY “SHINTA COLLECTION”

Shinta Neni Hardianti, Desi Permatasari, Dina Syabira Ramdhania

shintaneni@gmail.com

Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun

ABSTRAK

Muslimah Fashion adalah kebutuhan bagi para muslimah yang mempunyai sifat pertumbuhan yang pesat. Di zaman saat ini banyaknya muslimah yang memakai hijab sehingga muslimah fashion menjadi trend, dikalangan ibu-ibu, anak muda dan anak-anak. Bahkan Indonesia menjadi trend center muslimah fashion didunia, karena desigannya yang beraneka ragam. Di Kota Bogor pun peminat Muslimah Fashion sangat banyak. Maka dari itu kami menghadirkan brand “Shinta Collection” untuk solusi para Muslimah, dengan produk yang berkualitas dan harga terjangkau. Selain itu, kami membuat design syar’i sesuai dengan syariat Islam. Berjalannya usaha ini tidak luput dari bantuan banyak pihak antara lain, penjahit, pemotong bahan, quality control, packing, fotografer, model, tim editing, admin, marketing, reseller dan lain-lain. Oleh karena itu, berdirinya “SHINTA COLLECTION” ini berguna untuk membuka lapangan pekerjaan, sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran, khususnya di Kota Bogor. Hadirnya produk “SHINTA COLLECTION” diawali dengan perencanaan produk yaitu survei kain di Toko Textile, dan pemilihan bahan kain yang sesuai dengan kebutuhan para Muslimah. Biasanya kain yang banyak diminati sifat bahannya adem dan nyaman dipakai dan kami mempersiapkan alat untuk produksi. Setelah komponen produksi siap, mulailah proses produksi. Untuk menjaga kualitas produk, dilakukan quality control. Kemudian dilakukan packing produk dan pemakaian hangtag.

Kata Kunci: Membuka lapangan pekerjaan, Muslimah Fashion, SHINTA COLLECTION.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Melihat peluang usaha yang tinggi di Kota Bogor dan semakin berkembangnya serta semakin tingginya kebutuhan masyarakat terutama Muslimah terhadap pelayanan yang berhubungan dengan kebutuhan fashion, maka kami berinisiatif untuk membuka suatu usaha Muslimah Fashion yang dimana produknya memiliki kualitas yang baik tetapi dengan harga yang terjangkau. Untuk proses pemasaran atau pembelian para konsumen bisa melakukan secara langsung (manual) atau

secara order di beberapa online shop yang telah kami buat sehingga konsumen bisa menikmati hasil pesannya sesuai keinginan.

Hingga saat ini sedikit demi sedikit Muslimah Fashion di kota Bogor mulai bertambah, namun itu tidak menyurutkan keinginan kami untuk tetap pada usaha tersebut dan membuat Bogor tidak terkenal dengan kota hujan atau angkotnya saja, namun kota yang memiliki sejuta fashion sehingga mampu menarik para turis

domestik maupun mancanegara dengan keramahan dan fashion yang sopan.

Bogor merupakan tempat yang sangat menjanjikan untuk pemasaran dan pengembangan bisnis fashion. Hal itu dikarenakan masyarakat yang mempunyai pola pikir yang sudah maju dan modern dalam dunia fashion. Dengan bertambahnya kebutuhan masyarakat kami mencari terobosan agar masyarakat dapat tertarik dengan produk buatan kami dan mencari tahu apa yang diinginkan masyarakat di zaman modern ini dan melalui kreasi dan keuletan kami dalam berkarya di luar bidang akademik yaitu Desain, maka Muslimah Fashion pada

masa kini bisa semakin berkembang dengan sangat signifikan.

Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan pengembangan Shinta Collection ini, antara lain:

1. Memberikan pengenalan akan dunia Muslimah Fashion.
2. Mengurangi dampak pengangguran.
3. Mendapatkan laba.
4. Menyediakan kebutuhan Muslimah Fashion bagi masyarakat dengan praktis.
5. Memberikan produk yang update mengenai Muslimah Fashion.
6. Menjalin silaturahmi dengan pelanggan.

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Desain dan Spesifikasi produk

Shinta Collection ini merupakan inovasi muslimah fashion high quality yang mana brand ini dapat dijadikan solusi berbusana muslim bagi kaum anak anak, remaja bahkan dewasa. Dengan kualitas tinggi namun harga yang begitu terjangkau. Adapun jenis fashion yang akan kami tawarkan yaitu :

1. Pakaian muslimah.

Produk ini merupakan produk yang di desain khusus untuk pakaian wanita,

dengan desain yang modern (kekinian) namun tetap mengikuti syariat. Survey mengatakan bahwa saat ini produk muslimah fasion ini banyak digemari di kalangan muda maupun tua. Dengan adanya produk seperti ini, mampu membuat perempuan bdari setiap kalangannya mudah untuk belajar menutup aurat. Dan dapat menarik minat untuk menutup aurat.



2. Pashmina instant

Pashmina instant sengaja diproduksi untuk memudahkan konsument memilih jilbab, yang mana pashmina instant ini direcomendasikan untuk semua golongan juga. Jilbab instant ini selain instanta atau

mudah dipakainya tapi nyaman dan stylish juga. Apalagi di desain dengan model yang bnyak variannya, entah itu varian warna, model bahkan hingga varian ukurannya. Adapun ukuran yang kami sediakan ialah : S, M, L , XL dan XXL.



Analisa Prospek Usaha

Prospek perkembangan usaha muslimah fashion ini dapat dikaji dalam analisa

SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, Treat).

Tabel 1. Prospek Analisa Usaha dalam Analisa SWOT

Kekuatan (Strength)	
1. Produk <ul style="list-style-type: none">• kualitas kain hight quality• jahitan yang rapih• tampilan model modern• produk berbagai macam pilihan• variasi warna produk yang lengkap• tersedianya segala jenis ukuran	Produk Shinta Collection dijahit dengan rapih dan memakai kain yang berkualitas, sehingga pengguna merasa nyaman dengan produk ini. Tampilan yang modern, namun tetap syar'i membuat kalangan muda tertarik untuk memakai produk ini.
2. Strategi <ul style="list-style-type: none">• Pengembangan produk secara periodic	Mengembangkan produk secara periodic dengan selalu berusaha mengeluarkan produk baru dan mempersiapkan rancangan model yang lebih menarik, hal ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing serta diharapkan mampu menjawab kebutuhan pasar.
Kelemahan (weekness)	
1. SDM <ul style="list-style-type: none">• kurangnya tenaga kerja dalam bidang menjahit.	Dalam hal SDM tim kurang menguasai keahlian dalam menjahit sehingga masih membutuhkan bimbingan dari orang yang lebih berpengalaman.
Peluang (Opportunity)	
1. Pemasaran	Untuk menghadapi banyaknya produk Muslimah Fashion yang lebih dulu terjun ke pasar, Shinta Collection menerapkan strategi pemasaran dengan cara online dan offline.
Ancaman (threats)	
1. Pesaing <ul style="list-style-type: none">• Produk sejenis yang lebih dulu menarik hati konsumen khususnya pada kalangan remaja.• Banyaknya produk yang lebih murah.	Banyak pesaing dalam bidang Muslimah Fashion yang membuat konsumen tertarik sehingga kami harus membuat model pakaian yang terupdate.

Analisa Pasar

1. Geografis
 - a. Lokasi usaha produk muslimah fasion bertepatan di Bogor, yang mana mayoritas penduduk di bogor antusias dalam produk muslimah fashion.
 - b. Bogor didukung beberapa fasilitas yang dapat mempermudah adanya transaksi jual

beli. Diantaranya toko textile, Toko alat jahit, agen resmi express, dan lain sebagainya. Sehingga bogor menjadi tempat yang strategis untuk menjalankan bisnis online maupun offline.
c. Banyaknya sekolah islam, universitas islam, pondok pesantren yang man semua

itu dapat kami jadikan objek pertama yang kami tuju dalam produk kami.

2. Demografis

a. Segmen pasar yang dibidik adalah para Muslimah. Melalui brand Shinta Collection, kami memproduksi pakaian Muslimah di design dengan model yang kekinian. Untuk memperluas segmen pasar, terdapat produk kami yang dijual dengan harga yang terjangkau.

b. Posisi Shinta Collection dalam masyarakat adalah sebagai sarana para Muslimah yang ingin memakai pakaian yang kekinian, tapi tetap syar'i sesuai dengan syariat Islam.

Analisa Pesaing

a. Pesaing

Tidak sedikitnya penyedia Muslimah Fashion di daerah Bogor tidak membuat kami pesimis karena faktanya banyak konsumen yang lebih menyukai desain atau produk yang kami buat.

b. Resiko atau Hambatan

Resiko yang dipertimbangkan dalam memulai dan mengembangkan usaha ini adalah :

- Kurang stabilnya harga kain atau kebutuhan untuk menjahit
- Belum maksimalnya minat dari konsumen yang memiliki umur 30 tahun ke atas.

Kedua resiko ini dapat diminimalisir dengan cara promosi dan pengenalan produk secara bertahap.

Rencana dan Strategi pemasaran

1. Rencana pemasaran

pengenalan

- mempromosikan produk kedalam sosial media seperti : instagram, facebook, shopee, bukalapak, lazada, dan lain-lainnya.
- menjalin kerjasama dengan berbagai agen resmi express seperti : JNE, TIKI, J&T dan lain lainnya.
- Menjaln kerjasama dengan berbagai penjahit, fotografi, dan instansi lain yang mendukung.

Promosi dan Sosialisasi Shinta Collection

- Publikasi disosial media.
- Pemasangan iklan di berbagai sosial media.
- Penyebaran vamflet, poster di berbagai tempat yang mendukung.

Pemasaran shinta collection

- Membuka stand pada bazar seminar dan acara lain lainnya.
- Membuka toko/butik untuk menjual produk.
- Menggunakan sistem online shop, untuk mempermudah jarak.
- Menjaln kerjasama dengan toko toko pakaian lainnya.

Keberlanjutan Usaha

Tahun ke-1

Launching produk di online shop. Pemasaran secara online dan melalui instansi marketing dengan total penjualan awal 100 produk. Melakukan evaluasi dan produksi.

Tahun ke-2

Pemasaran melalui Open Recruitment Reseller untuk membantu penjualan produk agar mencapai target dan meningkatkan produksi.

Tahun ke-3

Launching Butik Shinta Collection di Kota Bogor.

METODE PELAKSANAAN

Dalam usaha memperoleh hasil produk terbaik, dilakukan tahapan berikut:

Pembuatan proposal

Membagi tugas dalam pembuatan proposal. Mulai dari lampiran terkait, penjabaran konsep produk, timeline acara, sasaran dan target penjualan.

Perisapan Bahan Baku dan Alat Produksi

memastikan bahwa bahan baku dan alat produksi telah tersedia dan siap pakai. Pembuatan produk Shinta Collection Pembuatan desain yang modern, dilanjutkan pemilihan kain yang berkualitas dan bahan dan bahan lain yang dibutuhkan, setelah itu jahit bahan sesuai dengan desain yang sudah dirancang.

Analisis Kelayakan Usaha

a. Keuntungan Yang Didapat

- Produk Gamis dipasarkan seharga 150.000,- dengan modal 105.000,-
 - Produk hijab dipasarkan seharga 60.000,- dengan modal 40.000,-
 - Permintaan gamis setiap bulannya minimal 43 pcs dan hijab 50 pcs.
 - Laba dari produk gamis $45.000 \times 43 = \text{Rp. } 1.935.000$
 - Laba dari produk hijab $20.000 \times 50 = \text{Rp. } 1.000.000,-$
- Jadi Keuntungan yang didapat perbulan adalah $\text{Rp. } 1.935.000 + \text{Rp. } 1.000.000 = \text{Rp. } 2.935.000,-$ (Dua Juta Sembilan Ratus Tiga Puluh Lima Ribu Rupiah)

Quality Control

Pengecekan hasil produksi, pemeriksaan kerapian dan kekuatan jahitan, pemeriksaan hasil produk Shinta Chollection.

Promosi dan Sosialisasi Sasaran

promosi dilakukan di media-media social yang terkenal, seperti Instagram dan Web untuk menyebarkan foto-foto produk beserta sertifikasinya, dan penjualan dilakukan dengan cara recruitment.

Pelaksanaan Produk

Pada kegiatan kegiatan ini produk sudah siap didistribusikan.

Evaluasi dan Perbaikan Hasil Kegiatan

Setelah produk terdistribusi, dilakukan evaluasi respon konsumen dan test market untuk mengetahui keberhasilan produk. Kegiatan ini dilakukan satu bulan sekali.

BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

No	Kegiatan	Vol	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Manekin (Patung Baju)	2	Unit	150.000	300.000
2	Mesin Neci	1	Unit	2.100.000	2.100.000
3	Kain Bahan	3	Rol	1.100.000	3.300.000
4	Mesin jahit	1	Unit	2.000.000	2.000.000
5	Perlengkapan Jahit (Benang, resleting, dll)	2	Paket	500.000	1.000.000
Jumlah				Rp. 8.700.000	

Terbilang: delapan juta tujuh ratus ribu rupiah.

DAFTAR PUSTAKA

<https://www.jurnalasia.com/opini/indonesi-a-kiblat-fashion-muslim-dunia/>

<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ffe/article/view/201>

<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/download/882/790>