

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Tren mode hijab saat ini sudah bermacam-macam model. Mulai dari dress, kemeja, tunik, *outer*, *blazer*, *one set*, rok plisket, kerudung pashmina, kerudung instan, dan lain sebagainya. Semakin banyaknya model memberi pengaruh kepada perempuan untuk berpakaian secara muslimah dan menutup aurat.

Saat ini mode hijab juga memiliki banyak varian warna. Bila pada tahun-tahun sebelumnya hanya menyediakan warna netral seperti hitam, putih, merah, coklat dan lain-lain. Namun pada saat ini dari satu warna netral saja dapat mempunyai beberapa varian warna yang lain. Contohnya untuk warna coklat terdapat beberapa varian warnanya yaitu *beaver*, *khaki*, *raw umber*, *russet* dan *buff*.<sup>1</sup>

Tidak hanya dari model dan warna, mode perempuan dengan bermacam motif pun telah banyak dipasarkan. Motif-motif unik saat ini sedang banyak diminati oleh para perempuan sebab mempunyai kesan yang berbeda. Tidak hanya anak muda saja, namun kelompok dewasa juga banyak yang memanfaatkannya.

Dari sebagian aspek diatas bisa dibuktikan jika dari tahun ke tahun mode hijab semakin diminati oleh perempuan. Bagi perempuan, di dalam memilih pakaian memang tidak bisa asal. Terdapat banyak pertimbangan

---

<sup>1</sup> Cindy Halida, *Macam-Macam Warna Coklat di Dalam Dunia Desain*, diakses melalui situs <https://review.ralali.com/amp/macam-macam-warna-coklat/>, "6 Maret 2020" pada tanggal 12 Oktober 2020.

sebelum memutuskan pakaian yang hendak dikenakan, sebab berpakaian bukan untuk menutup aurat saja, tetapi untuk menjaga penampilan supaya terlihat rapi dan modis.

Dikutip dari Blogunik.com tren hijab 2020 sangat beragam. Mulai dari model, warna hingga *mix and match* hijab yang menciptakan tampilan yang terkesan unik menjadi fokus utama dalam tren hijab tahun ini. Berbagai tren mode hijab yang hendak *booming* di tahun 2020 antara lain *edgy look*, *clean look*, *wrap outerwear*, *sportswear* yang memungkinkan untuk digunakan sebagai *OOTD*, *outerwear* super panjang, penambahan *scarf*, warna *champagne*, warna terracotta, warna-warna pastel, warna *faded denim*, tabrak motif, sentuhan *lace sheer*, *denim vest*, kerudung model segi empat instan, khimar dengan desain layer bertumpuk, gaun panjang, serta motif *floral*.<sup>2</sup> Mode hijab yang semakin bervariasi menarik minat perempuan untuk memakainya sebagai bagian dari mode kekinian. Itulah sebagian prediksi tren mode hijab yang hendak *booming* pada tahun 2020.

Terdapat dua tipe dalam dunia mode yang menggambarkan proses produksi yaitu *fast mode* dan *slow mode*. *Fast mode* merupakan proses yang umumnya mengikuti dan memproduksi ulang berdasarkan [tren](#) dari desainer ternama di *runway*. Produk *fast mode* biasanya sering digunakan oleh orang-orang yang sadar mode tetapi ingin memakainya dengan harga murah. *Fast mode* dapat merancang hingga sebelas koleksi berbeda dalam

---

<sup>2</sup> Blogunik.com, *Trend Fashion Hijab 2020 Ini Akan Membuat Kamu Tampil Fashionable Abis*, Februari 2020. Diakses melalui situs: <https://blogunik.com/trend-fashion-hijab-2020-ini-akan-membuat-kamu-tampil-fashionable-abis>, pada tanggal 12 Oktober 2020.

satu tahun. Umumnya hanya memerlukan waktu sekitar dua minggu dari tahap desain ke produksi sampai produk bisa dijual. Berkat *fast mode*, setiap orang mampu mengenakan pakaian dari tren terbaru. Di samping itu, *slow mode* mempunyai satu tujuan, yaitu merancang, membuat, serta membeli pakaian agar tahan lama dan bermutu. *Slow mode* mempertimbangkan bagaimana proses pakaian dibuat serta bahan yang digunakan. Seluruh proses ini harus dijalankan dengan etis tanpa mengorbankan kualitas.<sup>3</sup>

Siklus hidup produk (*product life cycle = PLC*) menggambarkan secara grafis riwayat penjualan suatu produk atau kelas produk (*product class*) sejak awal diperkenalkan ke pasar hingga produk ditarik dari pasar. Konsep ini didasarkan pada asumsi bahwa penjualan total dan profitabilitas suatu produk berfluktuasi mengikuti pola-pola tertentu sepanjang hidupnya. Siklus hidup produk dapat diklasifikasikan kedalam empat tahap utama yaitu tahap pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan, dan penurunan.<sup>4</sup>

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi siklus hidup produk. Faktor-faktor tersebut antara lain yaitu strategi produk, strategi penetapan harga, strategi distribusi dan strategi promosi.<sup>5</sup> Faktor-faktor diatas terbagi lagi kedalam setiap bagiannya masing-masing dan setiap tahapan mempunyai strategi yang berbeda.

---

<sup>3</sup> Cerysa Nur Insani, *Apa Itu Slow Fashion? Sebuah Inovasi di Tengah Cepatnya Arus Tren Dunia Mode*, 31 Oktober 2020. Diakses melalui situs: <https://stylo.grid.id/amp/142406386/apa-itu-slow-fashion-sebuah-inovasi-di-tengah-cepatnya-arus-tren-dunia-mode?page=all>, pada tanggal 8 Desember 2020.

<sup>4</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015) hlm. 435.

<sup>5</sup> *Ibid.*, hlm. 437-438.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizky Fitriyaningsih Dalimunthe, Wuryaningsih Dwi Sayekti, dan Ani Suryani (2020) dengan judul Analisis Daur Hidup Produk (*Product Life Cycle*) Bihun Tapioka di Provinsi Lampung dengan hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daur hidup produk didasarkan pada nilai presentase volume penjualan. Hal ini dikarenakan bahan baku yang fluktuatif serta permintaan pasar yang tidak stabil, dan pentingnya melakukan pengembangan usaha dengan cara meningkatkan jumlah produk, melakukan pengembangan pasar, menambah omset usaha dengan menjaga kualitas produk dan mempertahankan kelangsungan usaha dengan cara menambah modal untuk produksi dan melakukan pembuatan atau pencatatan laporan keuangan secara periodik dan masih tradisional.<sup>6</sup>

Zeedee Hijab merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang *fashion* yang berada di daerah Kabupaten Tasikmalaya tepatnya di Sukaratu. Zeedee Hijab menyediakan berbagai pilihan produk khimar dan dress. *Owner* Zeedee Hijab terus melakukan inovasi produk pada khimar dan dress sehingga saat ini sudah banyak model yang dikeluarkan oleh Zeedee Hijab.

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan di Zeedee Hijab ternyata terdapat masalah yang berkaitan dengan siklus daur hidup produk, yaitu pada produk khimar. Fakta menunjukkan bahwa ada produk yang

---

<sup>6</sup> Rizky Fitriyaningsih Dalimunthe, Wuryaningsih Dwi Sayekti, dan Ani Suryani, “Analisis Daur Hidup Produk (*Product Life Cycle*) Bihun Tapioka di Provinsi Lampung”, JIIA, Vol.8, No.2, Mei 2020, hlm. 207-208.

mengalami tahapan siklus daur hidup produk pada jangka waktu yang relatif lama. Fakta di lapangan menunjukkan terdapat produk yang bertahan lama yang mengalami tahap kedewasaan selama bertahun-tahun.

Menurut Achmad Rizal dalam bukunya yang berjudul *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era 4.0* mengemukakan bahwa tahap kedewasaan ditandai dengan pertumbuhan penjualan mulai melambat. Meski produknya menghasilkan laba tertinggi di awal tahap ini, peningkatan persaingan mengarah pada penurunan harga serta laba penjualan yang semakin sedikit. Dan pada tahap ini juga penjualan mulai jatuh.<sup>7</sup>

Produk yang mengalami tahap kedewasaan yang relatif lama di Zeedee Hijab adalah produk Khimar Alis. Khimar Alis merupakan produk *best seller* Zeedee Hijab. Ketika produsen Zeedee Hijab meluncurkan model-model khimar yang baru, produk Khimar Alis tetap menjadi produk yang paling laris penjualannya di kalangan konsumen Zeedee Hijab dari tahun 2017 sampai sekarang.<sup>8</sup> Umur produk sudah lebih dari 3 tahun dan produk tersebut tetap bertahan di pasar. Hal ini tentu disebabkan oleh beberapa faktor.

Berdasarkan studi literasi dan studi pendahuluan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut mengenai siklus daur hidup produk dan suatu penelitian dengan mengangkat judul “**Analisis Siklus Daur Hidup Produk Khimar Zeedee Hijab Tasikmalaya**”.

---

<sup>7</sup> Achmad Rizal, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020) hlm 144-145.

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Darell pemilik Zeedee Hijab, pada tanggal 6 Oktober 2020 pukul 14.00.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan yang akan penulis teliti adalah bagaimana siklus daur hidup produk khimar Zeedee Hijab Tasikmalaya?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berkaitan dengan rumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui siklus daur hidup produk khimar Zeedee Hijab Tasikmalaya.

## **D. Kegunaan Penelitian**

### 1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dan menjadi sumber informasi serta memiliki nilai pengetahuan khususnya bagi mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam.

### 2. Bagi Praktisi

Sebagai sumbangan informasi yang dapat dipakai sebagai bahan evaluasi catatan/koreksi untuk pengembangan siklus daur hidup produk Zeedee Hijab.

### 3. Bagi Umum

Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bacaan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi masyarakat dan khususnya bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti topik permasalahan yang hampir sama.