

**PENGEMBANGAN PRODUK MELALUI KONSEP *HALAL*
*FASHION***

**(STUDI PADA PRODUSEN BATIK HUZA DI KOTA
PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

RINI SETIANINGSIH
NIM: 2013114152

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**

**PENGEMBANGAN PRODUK MELALUI KONSEP *HALAL*
*FASHION***

**(STUDI PADA PRODUSEN BATIK HUZA DI KOTA
PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

RINI SETIANINGSIH
NIM: 2013114152

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**



**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rini Setianingsih
NIM : 2013114152
Judul Skripsi : Pengembangan prooduk melalui konsep *halal fashion*
(Studi pada produsen batik Huza di kota Pekalongan).

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 28 Februari 2019

Yang menyatakan



Rini Setianingsih

NIM. 2013114152

NOTA PEMBIMBING

Siti Aminah Chaniago, M.Si

Jl. Pemuda Kadilangu - Batang

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Rini Setianingsih

Kepada Yth.

Ketua IAIN Pekalongan

c.q. Ketua Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

di

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : RINI SETIANINGSIH

NIM : 2013114152

Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Judul : **PENGEMBANGAN PRODUK MELALUI KONSEP
HALAL FASHION (STUDI PADA PRODUSEN
BATIK HUZA DI KOTA PEKALONGAN)**


Dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalammu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 28 Februari 2019

Pembimbing,


Siti Aminah Chaniago, M.Si

NIP. 19680907200604 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. PahlawanRowofakuNo. 52 KajenKabupatenPekalongan, Telp. (0285) 412575, Fax. (0285) 423418
Website : febi.iainpekalongan.ac.id Email : febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : RINI SETIANINGSIH
NIM : 2013114152
Judul : **PENGEMBANGAN PRODUK MELALUI KONSEP HALAL FASHION (STUDI PADA PRODUSEN BATIK HUZA DI KOTA PEKALONGAN)**

telah diujikan pada hari Kamis tanggal 21 Maret 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di bidang ilmu Ekonomi Syariah.

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. Zawawi, M.A

NIP. 19770625 200801 1 013

Penguji II

Kuat Ismanto, M. Ag

NIP. 19791205 200912 1 001

Pekalongan, 21 Maret 2019

Disahkan oleh

Dekan,



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.

NIP. 19750220 199903 2 001



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أُو = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

جميلة امرأة

Ditulis

mar'atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة	Ditulis	<i>Fātimah</i>
خاتمة	Ditulis	<i>Khatimah</i>

4. *Syaddad* (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

ربنا	Ditulis	<i>Rabbanā</i>
البر	Ditulis	<i>al-birr</i>

5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf syamsiyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	Ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf qamariyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	Ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	Ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'.

Contoh:

أمرت	Ditulis	<i>Umirtu</i>
شيء	Ditulis	<i>syai'un</i>



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Robbil 'Alamin, atas segala rahmat dan karunia-Nya, persembahan tertinggi hanyalah kepada Allah SWT, dan dengan kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang sangat berarti dalam hidupku:

Kedua orang tua tercinta

Bapak Casnuri dan Ibu Kastinah yang tiada pernah henti memberikan kasih sayang, dukungan, doa dan pengorbanan.

Kakak-kakakku tercinta

Luluk Amalia dan Akhmad Khadlimi yang selalu memberikan semangat, semoga kita dapat menjadi anak yang diharapkan orang tua.

Sahabat-sahabatku 4 Sekawan, Mba Umi, Novi dan Linda yang membuat hari-hariku lebih berwarna,

Teman-temanku yang suka heboh sendiri tiap ketemu Silvi dan Malyca, juga teman-temanku yang baik hati Fathiyah dan Misrokha yang banyak membimbing aku, terimakasih atas seluruh kebaikan dan semangatnya kawan.

Tak lupa untuk

Teman HMPS Ekonomi Syariah, Keluarga Besar Ekos 2014, Teman-teman FoSSEI Komisariat Pekalongan, KKN 44 Kelompok 2 Desa Kalitengah, juga rekan-rekan kerjaku di KSPPS BMT Nurussa'adah dan Almamaterku tercinta.



MOTTO

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”

(QS. Al-Mudatsir: 38)

هَلْ جَزَاءُ الْإِحْسَانِ إِلَّا الْإِحْسَانُ - ٦٠

“Tidak ada balasan untuk kebaikan selain kebaikan (pula)”

(QS. Ar-Rahman: 60)

فَاَسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ

“Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan”

(QS. Al-Baqarah: 148)

“Karunia Allah yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan”

(Ali bin Abi Thalib)

Life is Choice

Jalani, Nikmati, Syukuri

~Rini Setianingsih~



ABSTRAK

Setianingsih, Rini. 2019. Pengembangan Produk Melalui Konsep *Halal Fashion* (Studi pada produsen Batik Huza di kota Pekalongan). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Dosen Pembimbing: Siti Aminah Chaniago, M.Si.

Perkembangan *Halal Lifestyle* memasuki babak baru yaitu ditandai berkembangnya industri halal, salah satunya industri *halal fashion*. Di dalam kondisi persaingan, sangat berbahaya bagi suatu perusahaan bila hanya mengandalkan yang ada tanpa usaha tertentu untuk pengembangannya. Oleh karena itu, pengembangan produk perlu dilakukan untuk setiap perusahaan di dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Namun terdapat pula kendala yg dihadapinya. Batik Huza adalah perusahaan yang bergerak dibidang *fashion* yang sudah berdiri selama kurang lebih tiga puluh empat tahun, sehingga sudah banyak pengalaman dan proses pengembangan produk yang dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan produsen Batik Huza tentang *halal fashion*? Bagaimana pengembangan produk yang dilakukan Batik Huza ditinjau dari segi konsep *halal fashion*? Dan faktor-faktor apa saja yang menjadi kendala produsen batik Huza dalam mengembangkan produknya.

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Pengumpulan data dengan mengumpulkan data-data aktual yang relevan atau sumber data (primer maupun sekunder) dan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi di Batik Huza Pekalongan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep *halal fashion* yang diterapkan Batik Huza meliputi beberapa indikator yaitu bahan baku, model, dan proses pengolahan produksi. Pengembangan produknya sendiri berkembang dari produk batik rumahan kepada produk untuk usia produktif milenial. Pengembangan produk yang dilakukan Batik Huza meliputi tiga hal, yaitu dari segi motif, model dan baha baku produksinya. Produk Batik Huza yang sering dikembangkan yaitu produk *fashion* wanita meliputi baju kantor atau kemeja dan juga hem pria. Jika ditinjau dari segi konsep *halal fashion*, produk Batik Huza hanya memenuhi sebagian dari kriteria *halal fashion*. Dalam perkembangannya terdapat kendala berupa ketersediaan bahan baku dan harga produk bahan baku maupun bahan penunjang produksi lainnya.

Kata Kunci: Pengembangan Produk, *Halal Fashion*.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena rahmat dan karunia-Nya yang sangat melimpah berupa keridhaan dalam bertindak dan keberkahan dalam berkarya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa menemui banyak hambatan. Tak lupa shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Khotamul Anbiya, Nabi Muhammad SAW, keluarga, para sahabat dan setiap orang yang mengikuti jejaknya, dengan harapan semoga kita semua mendapatkan syafa'atnya pada hari akhir penantian.

Alhamdulillah, dengan Rahmat dan ridho-Nya pula, penulis telah berhasil menulis skripsi yang berjudul “PENGEMBANGAN PRODUK MELALUI KONSEP *HALAL FASHION*. (STUDI PADA PRODUSEN BATIK HUZA DI KOTA PEKALONGAN)”, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S1 dalam Ilmu Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.

Seluruh rangkaian penelitian ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak-pihak yang turut serta memberikan kontribusi positif ketika proses pelaksanaan penelitian. Baik itu berupa kontribusi materi, pemikiran, waktu, maupun do'a dan pengertian kepada kami. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.



2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Agus Fakhri M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
4. Bapak Kwat Ismanto, M.Ag selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan dari semester awal hingga akhir.
5. Ibu Siti Aminah Chaniago M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dukungan yang sangat besar kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis sampai akhir perkuliahan serta seluruh civitas akademika IAIN Pekalongan.
7. Batik Huza yang telah bersedia dan membantu selama proses penelitian.
8. Ayahanda Casnuri, Ibunda Wastinah dan kakak-kakakku Luluk Amalia dan Akhmad Khadlimi yang selalu memberikan curahan kasih sayang, nasihat, perhatian, bimbingan serta doa restu yang diberikan sampai saat ini.
9. Seluruh sahabat dan teman-teman yang telah mendukung penelitian ini, terimakasih atas kesetiakawanan, dukungan, do'a serta semangatnya sehingga skripsi ini dapat selesai.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.



Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan tersebut diatas.

Skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna, sehingga penulis dengan senang hati menerima kritik dan masukan yang membangun demi kebaikan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan dapat menambah wawasan khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Semoga Allah SWT senantiasa membimbing kita menuju jalannya. Aamin.

Pekalongan, 28 Februari 2019

Penulis



Rini Sefianingsih
NIM. 2013114152



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kajian Penelitian Terdahulu	12
E. Kerangka Teori.....	20
F. Metode Penelitian.....	27
G. Sistematika Penulisan	32
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengembangan Produk.....	35



B. Konsep	<i>Halal</i>	<i>Fashion</i>
.....	57
BAB III GAMBARAN UMUM ONJEK PENELITIAN		
A. Profil Batik Huza	70
B. Visi Misi Batik Huza	76
C. Waktu Operasional Batik Huza	76
D. Pengembangan Produk Batik Huza	76
E. Faktor-faktor Pendorong Dalam Melakukan Pengembangan Produk	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
A. Konsep <i>Halal Fashion</i>	80
B. Pengembangan Produk Batik Huza di kota Pekalongan	87
C. Faktor-faktor Yang Menjadi Kendala Batik Huza Dalam Mengembangkan produknya	95
BAB V PENUTUP		
A. Keimpulan	99
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA		
.....	101
LAMPIRAN		
.....	107



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Kajian Penelitian Terdahulu	19





DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Komponen Produk	37
Gambar 2.2 Arti Dasar Pengembangan Produk	42
Gambar 2.3 Tahapan Pengembangan Produk	55





DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Pedoman Wawancara

Lampiran B Transkrip Wawancara

Lampiran C Dokumentasi

Lampiran D Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Keinginan menjadikan Indonesia sebagai kiblat mode busana muslim dunia sudah digadang-gadang sejak lama. Berbagai upaya dilakukan untuk mewujudkannya, baik oleh pemerintah, desainer, dan berbagai pihak lainnya. “Indonesia menjadi kiblat mode fashion muslim pada 2020.” Begitu tekad yang digaungkan oleh para pelaku bisnis busana muslim. Sekarang pun Indonesia sudah mengarah sebagai *tren setter* busana muslim.¹

Rupanya keinginan masyarakat dan pasar agar Indonesia menjadi pusat busana muslim dunia ditangkap Kementerian Perindustrian. Mereka melihat bahwa pasar busana muslim sangat besar dan jika Indonesia masuk di dalamnya, otomatis akan meningkatkan ekspor Indonesia.²

Dewasa ini sering kita mendengar tentang *halal lifestyle* atau gaya hidup halal. Yaitu sebuah gaya hidup yang tengah menjadi *tren* global dan mulai diterapkan di berbagai belahan dunia. Halal sebuah kata yang harus terpatri bagi diri seorang muslim baik itu di negara mayoritas atau minoritas berpenduduk muslim. Mengonsumsi, menggunakan produk halal merupakan kewajiban bagi setiap individu yang beragam Islam. Dahulu produk halal yang dibayangkan hanya produk makanan, minuman, obat-obatan dan

¹ Anif Punto Utomo, Guntur Subagja, Ismi Kuhartanto, A Iskandar Zulkarnaian, *Dua Dekade Ekonomi Syariah Menuju Kiblat Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gres! Publishing Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah(PKES), 2014), hlm. 190

² Anif Punto Utomo, Guntur Subagja, Ismi Kuhartanto, A Iskandar Zulkarnaian, *Dua Dekade Ekonomi...* hlm. 192

kosmetika yang tidak mengandung alkohol atau bahan kimia yang mengandung unsur babi, darah dan bangkai. Namun sekarang telah terjadi evolusi dalam industri halal. Dr. H. Sapta Nirwandar, SE sebagai *Chairman Indonesia Halal Lifestyle Centre* menyebutkan ada 10 sektor yang secara ekonomi dan bisnis berkontribusi besar dalam industri halal. Antara lain sektor *food, finance, travel, cosmetics, education, fashion, media recreation, pharmaceutical, medical care, art & culture*. Maraknya *tren halal lifestyle* dalam ranah global membuka peluang besar bagi para pelaku bisnis terkait dan juga peluang dakwah bagi para pejuang sistem ekonomi Islam.

Potensi pasar produk halal dunia di canangkan akan meningkat tajam dengan bertambahnya populasi muslim dunia pada tahun 2030. Estimasi dari *Global State of Islamic* nilai transaksi umat muslim akan mencapai sebesar 3,7 triliun dollar AS pada tahun 2019. Lembaga survei dari *Pew Research Center's Forum on Religion & Public Life* memproyeksikan total penduduk muslim dunia akan meningkat dari 1,6 milyar jiwa di tahun 2010 menjadi 2,2 milyar jiwa di tahun 2030.³ Peningkatan populasi muslim di dunia ini merupakan sebuah peluang bagi industri produk halal, dan potensi terbesar untuk produk halal tetap berada di Indonesia karena Indonesia merupakan negara mayoritas muslim terbesar di dunia dengan populasi lebih dari 250 juta dimana 90% adalah muslim.

³ Andri Mastiyanto, *Memetik Potensi Produk Halal Sebagai Negara Penduduk Muslim Terbesar*, 7 Januari 2018, 20:55 WIB, <https://www.kompasiana.com/rakyatjelata/5a51c7e6caf7db7507252c02/memetik-potensi-produk-halal-global-sebagai-negara-penduduk-muslim-terbesar>, diakses pada tanggal 5 Agustus 2018

Sandang (pakaian) merupakan item yang selalu melekat digunakan oleh setiap orang, baik pria maupun wanita. Dunia fashion Indonesia saat ini mencerminkan gaya hidup masyarakat yang sudah sangat modern, mampu mengikuti tren yang ada. Apalagi fashion atau busana memang menjadi salah satu bagian dari gaya hidup yang kian mengalami perkembangan. Namun, tidak banyak yang tahu jika ada yang dikenal dengan halal fashion. Menurut desainer busana muslim Irna Mutiara, halal yang dimaksud dalam fashion adalah sesuai dengan kaidah busana muslim. Di mana tidak membentuk tubuh dan tidak transparan. Pemilik lini busana muslim *La Parle* ini juga mengungkapkan selama busana yang dikenakan tidak merusak tubuh dan atau tidak bergambar makhluk hidup maka diperbolehkan. Serta tidak boleh terlihat jelek dan terlalu berlebihan.⁴

Di Indonesia perkembangan dari pemakaian busana sangat pesat, ditandai dengan semakin banyaknya para wanita muslimah yang memakainya. Kita juga dapat dengan mudah untuk membeli busana muslim ini baik melalui media offline seperti mall, toko, pasar pakaian dan butik, atau berbelanja lewat online. Untuk menjelaskan secara bijak tentang fungsi pakaian muslimah yang benar sesuai syari'at Islam yang berlandaskan Al-Qur'an, terdapat dalam (QS. An Nur: 31) :

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا ۗ وَلْيَضْرِبْنَ كُمْرَهُنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ ۗ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ

⁴ Annisa Amalia Ikhsania, *Begini Arti Konsep Halal dalam Dunia Fesyen*, 7 Oktober 2016, 18:17 WIB, <https://lifestyle.okezone.com/read/2016/10/07/194/1509024/begini-arti-konsep-halal-dalam-dunia-fesyen>, diakses pada tanggal 13 September 2018

ءَابَائِهِمْ أَوْ ءَآبَاءِ بُعُولَتِهِمْ أَوْ أَبْنَائِهِمْ أَوْ أَبْنَاءِ بُعُولَتِهِمْ أَوْ إِخْوَانِهِمْ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِمْ أَوْ بَنِي أَخَوَاتِهِمْ أَوْ نِسَائِهِمْ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوِ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولِي الْإِرَابَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوِ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى عَوْرَاتِ النِّسَاءِ ۗ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ ۗ مِن زِينَتِهِنَّ ۗ وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهَ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٧٧﴾

Artinya: “Dan katakanlah kepada para perempuan yang beriman, agar mereka menjaga pandangannya, dan memelihara kemaluannya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali yang (biasa) terlihat. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putra-putra mereka, atau putra-putra suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara perempuan mereka, atau para perempuan (sesama Islam) mereka, atau hamba sahaya yang mereka miliki, atau para pelayan laki-laki (tua) yang tidak mempunyai keinginan (terhadap perempuan), atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat perempuan. Dan janganlah mereka menghentakkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertobatlah kamu semua kepada Allah, wahai orang-orang yang beriman, agar kamu beruntung.”

Industri fashion muslim yang semakin berkembang, melahirkan banyak pula pelaku usaha di bidang ini. Perkembangan busana muslim juga menciptakan gaung ke seluruh dunia akan keragaman dan keindahan fashion muslim Indonesia. Fenomena ini pun ditangkap oleh para pelaku industri dan pemerintah yang bercita-cita menjadikan Indonesia sebagai pusat fashion muslim dunia pada tahun 2020. Hal ini di wacanakan oleh *Indonesia Islamic Fashion Consortium (IIFC)*. Tentu ini sangat dimungkinkan mengingat industri busana muslim di Indonesia telah mengalami pertumbuhan signifikan



sejak tahun 1990-an.⁵ Saat ini konsumen busana muslimah cenderung meningkat karena desain baju yang adaptif terhadap perkembangan dunia fashion. Model busana yang dihasilkan lebih dinamis dan modis. Karena itu, meski pada umumnya busana muslimah ramai diburu pada menjelang lebaran, saat ini tetap saja dicari pada hari-hari biasa.⁶

Busana Muslim di Indonesia terus menjadi perhatian para pecinta fashion. Perkembangannya juga semakin menarik, karena terus bermunculan desainer-desainer dengan karya yang unik. Mengangkat keindahan dan keluhuran kain negeri nusantara, batik menjadi pilihan utama dalam garis-garis tegas setiap rancangan para produsen. Perkembangan busana muslim batik kini lebih condong ke Indonesia, karena Indonesia sendiri merupakan kiblat perkembangan fashion muslim. Saat ini batik untuk busana muslim masih jarang, maka ini menjadi peluang bagi para produsen untuk menciptakan inovasi batik menjadi fashion muslim yang tren.

Pengembangan usaha sangat penting untuk dilakukan dan dipertahankan, sebab ketika pengembangan usaha itu berhasil dilakukakan berarti para wirausahawan telah sukses dalam menciptakan *value creation* guna memberikan nilai tambah perusahaan dan diutamakan pada *down stream industry* dan *by product*.⁷

Batik yang merupakan akar budaya nusantara, senantiasa menjadi topik menarik dalam dunia fashion, apapun jenis busana itu selalu dapat dihadirkan

⁵ Warta Ekspor, *Fesyen Muslim Indonesia*. Ditjen PEN/WRT/31/IV/2015 edisi April, hlm.

4

⁶ Abdillah F. Hasan, *40 Bisnis Paling Laris*, (Semarang: Dahara Prize, 2013), hlm. 154

⁷ Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 9

dalam balutan kain batik. Batik memiliki ciri khas masing-masing sesuai daerah asalnya. Bahkan tiap pengrajin atau pengusaha batik berusaha menciptakan motif batik yang memiliki ciri khas tersendiri. Hal ini menyebabkan semakin beragamnya motif batik baru yang lahir di Indonesia. Mayoritas masyarakat jika ditanya tentang daerah penghasil batik akan menjawab Pekalongan.⁸

Kota Pekalongan sendiri merupakan salah satu kota di Propinsi Jawa Tengah yang dikenal sebagai kota batik. Batik sendiri merupakan warisan budaya bagi bangsa Indonesia yang sudah mendunia sejak mendapat pengakuan dari UNESCO serta ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity) sejak 2 Oktober 2009, serta mempunyai keunggulan komparatif dibidang ekonomis.⁹ Dalam pengembangan industri ekonomi kreatif batik memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada umumnya dan di Pekalongan pada khususnya. Pengembangan ekonomi kreatif batik harus terus dikembangkan, salah satunya dengan menjadikan batik sebagai fashion muslim. Pengembangan batik sendiri tidak terbatas pada fisik produk seperti corak, motif, model, tetapi juga dalam memasarkannya. Indonesia sendiri merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia dan tentu hal ini sangat

⁸ Eva Purnama Sari, "Pengembangan Batik Banten Dalam Penciptaan Busana Pesta Muslimah", *Jurnal Penciptaan Fakultas Seni Rupa*, (Yogyakarta: Institute Seni Indonesia Yogyakarta, 2017), hlm. 5

⁹ Erna Setiawati, "Strategi Pengembangan Komoditas Studi Tentang Budaya Ekonomi Di Kalangan Pengusaha Batik Laweyan", *Kawistara*, (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, Vol.1, No.3, Desember 2011), hlm. 235

menguntungkan bagi pengembangan batik menjadi bagian dari fashion muslim.

Saat ini marak tumbuh rumah mode atau toko busana muslim khususnya. Dengan berbagai kebutuhan akan selera kaum wanita muslim yang tetap ingin tampil cantik dan menarik dalam balutan busana muslim dari jaman ke jaman, batik merupakan unsur dalam fashion yang tidak akan lekang oleh waktu. Kain batik yang dahulu hanya identik dengan kebaya, dapat hadir dengan nuansa yang berbeda. Busana batik dapat hadir dengan model busana yang glamor, unik dan cantik, tanpa memperlihatkan lekuk tubuh dan tetap sesuai kaidah dan nilai-nilai agama Islam.¹⁰

Kain batik nusantara yang kaya akan bentuk, motif, tekstur maupun warna, sangat banyak memberikan inspirasi bagi dunia mode Indonesia. Sebagai kekayaan bangsa dan warisan budaya, sudah selayaknya harus dilestarikan disetiap generasi. Saat ini bisnis fashion semakin digemari masyarakat muslim, terlebih di bidang batik. Dengan dibuktikannya banyak dibuka toko-toko fashion batik di area Pekalongan dan sekitarnya. Toko-toko ini memberikan nilai positif bagi masyarakat untuk menunjang penampilan mereka dalam berbusana agar tetap *fashionable*.

Dahulu kita mengenal batik hanya dipadukan atau dipakai dengan kebaya saja, akan tetapi saat ini, sejalan dengan minat muslimah yang ingin tampil berbusana muslim yang aktif dengan batik tetapi tidak berkebaya. Maka produsen ini terinspirasi untuk membuat beberapa model baju pesta

¹⁰ Oky Mia Octaviany, *Batik Muslimah*, (Surabaya: Tiara Aksa PT Trubus Agrisarana, 2012), hlm. 6

atau untuk kesempatan resmi muslimah yang tidak menonjolkan bagian tubuh, menutup aurat, sesuai dengan syariat dan kaidah agama, tetapi tetap unik, asyik, dan glamor.

Busana muslimah sudah menjadi gaya hidup, sehingga banyak kita temui butik dan gerai-gerai baju muslim seperti batik Huza. Batik Huza adalah salah satu rumah mode batik yang memproduksi batik asli Pekalongan. Berpartisipasi mengembangkan perekonomian pekalongan, batik Huza berawal dari sebuah usaha kecil di tahun 1984. Batik Huza lahir untuk memberikan warna disetiap karya. Perkembangannya yang pesat menghasilkan omset puluhan juta rupiah setiap bulannya, dan kini berkembang dengan penambahan cabang di kota Yogyakarta dan Malang. Batik Huza memproduksi produk terbaiknya baik di dalam maupun di luar negeri.

Produk dari batik Huza sendiri terdiri dari aneka fashion seperti aneka gamis, jilbab pashmina, jilbab segi empat, sarung, rok, kaftan, mukena, ciput jilbab, blouse, long dress, selendang, aneka baju anak, tas, daster, kemeja, hem, celana, jumpsuit, dompet, aksesoris brose, sandal, sepatu, aneka macam kain batik dan dobby, bantal, sarung bantal, seprei, bad cover, keset, hingga obat cuci batik, dan lainnya.¹¹ Dan yang paling banyak dikembangkan adalah produk busana yang bermodel hem, kemeja, aneka gamis, dan juga dress, karena memang produk inilah yang paling banyak di minati konsumen. Tidak hanya untuk dipakai sendiri, para konsumen biasanya yang datang

¹¹ Hasil observasi sementara.

kebanyakan berasal dari luar kota membeli produk tersebut untuk dijadikan oleh-oleh sebagai salah satu batik khas Pekalongan.¹²

Menurut saudari Eva Yuliana salah satu pelanggan batik Huza berumur 24 tahun yang berprofesi sebagai *customer service* disalah satu lembaga keuangan syariah Tegal, alasan dia memilih produk batik Huza adalah karena kepercayaan akan kualitas produk Huza yang memang terbukti bagus, Eva sendiri sudah menjadi pelanggan dari batik Huza sejak lama, direkomendasikan oleh orang tuanya yang sudah menjadi pelanggan batik Huza sejak tahun 2000. Untuk itu Eva meskipun dari Tegal memang datang ke Pekalongan hanya untuk membeli pakaian batik dari Huza, pakaian yang dibeli yaitu aneka kemeja batik formal yang biasa dia gunakan untuk bekerja dan juga gamis. Eva sendiri menuturkan bahwa dia sangat tertarik dengan berbagai produk busana muslim dari batik Huza karena model, bahan, warnanya bagus, dan juga Huza sendiri produknya lengkap tidak hanya pakaian saja tetapi juga ada jilbab dan aksesoris lainnya.¹³

Berdasarkan latar belakang di atas, untuk memahami lebih mendalam mengenai pengembangan fashion di kota Pekalongan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengembangan produk melalui konsep *halal fashion*. (Studi pada produsen batik Huza di kota Pekalongan).”**

¹² Jannah, salah satu pegawai dari batik Huza, Wawancara Pribadi, Pekalongan, 23 juli 2018

¹³ Eva Yuliana, konsumen dari batik Huza, Wawancara Pribadi, Pekalongan, 11 Agustus 2018

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pemaparan dalam latar belakang, penulis merangkum rumusan masalah sebagai berikut:

1. Sejauh mana pemahaman produsen batik Huza tentang *halal fashion*?
2. Bagaimana pengembangan produk yang dilakukan produsen batik Huza ditinjau dari segi konsep *halal fashion*?
3. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kendala produsen batik Huza dalam mengembangkan produknya?

C. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sejauh mana pemahaman produsen batik Huza tentang *halal fashion*.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengembangan produk yang dilakukan produsen batik Huza ditinjau melalui konsep *halal fashion*.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kendala produsen batik Huza dalam mengembangkan produknya.

Manfaat Penelitian

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat menambah khasanah keilmuan dalam bidang bisnis khususnya bisnis dalam bidang *fashion*, dan referensi bagi peneliti yang ingin mengkaji lebih lanjut tentang permasalahan yang dibahas yakni terkait pengembangan produk melalui konsep *halal fashion*.

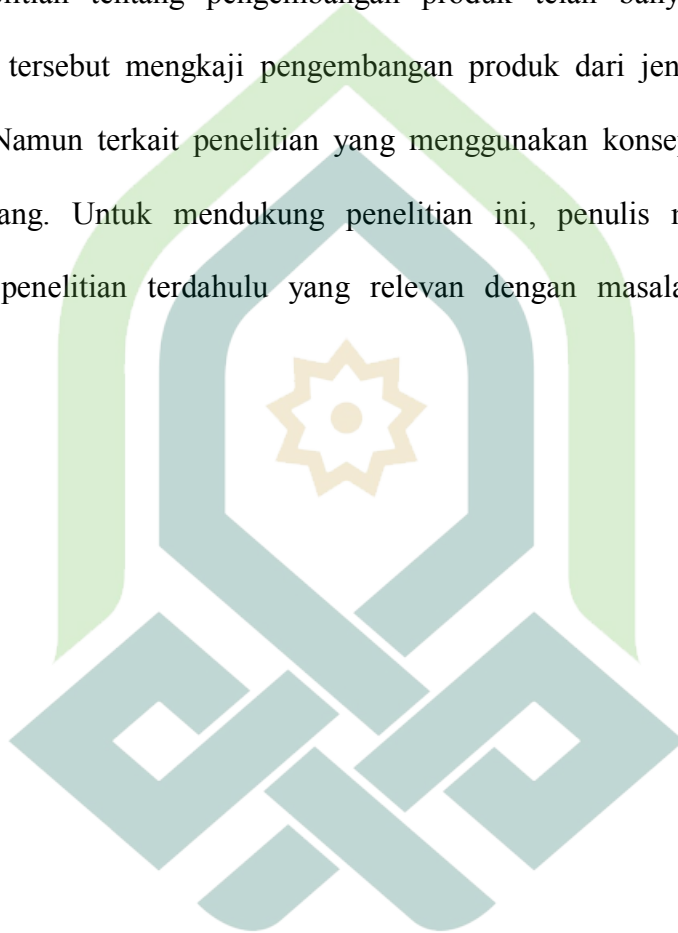
Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat:

1. Bagi produsen batik
 - a. Menambah wawasan tentang pengembangan produk dalam bidang *fashion*.
 - b. Diharapkan setelah mengetahui tentang *halal fashion*, maka produsen batik akan mengembangkan produknya dan terus berinovasi dalam karya *halal fashion* dengan tidak meninggalkan ciri khas batik Pekalongan untuk menciptakan gaung ke seluruh dunia dan ikut serta mewujudkan dalam menggapai cita-cita menjadikan Indonesia sebagai kiblat *halal fashion* dunia.
2. Bagi penulis
 - a. Mengetahui pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan menganalisis tentang pengembangan produk melalui konsep *halal fashion*.
 - b. Menambah khazanah keilmuan tentang ekonomi Islam khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.
3. Bagi pembaca
 - a. Dapat dijadikan informasi tambahan bagi para pembaca untuk menambah referensi penelitian khususnya mengenai pengembangan produk melalui konsep *halal fashion*.
 - b. Dapat dijadikan studi literatur untuk penelitian lebih lanjut bagi peneliti berikutnya yang berhubungan dengan masalah yang sama.

4. Bagi pemerintah
 - a. Dapat dijadikan bahan informasi tentang pengembangan produk melalui konsep *halal fashion* dalam industri batik.

D. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian tentang pengembangan produk telah banyak dilakukan. Penelitian tersebut mengkaji pengembangan produk dari jenis usaha yang berbeda. Namun terkait penelitian yang menggunakan konsep *halal fashion* masih jarang. Untuk mendukung penelitian ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah yang akan diteliti.





No	Judul Penelitian	Jenis dan Pendekatan	Hasil Penelitian	Sumber
1.	<p>Judul : Pengembangan batik Banten dalam penciptaan busana pesta muslimah</p> <p>Penulis : Eva Purnama Sari</p> <p>Tahun : 2017</p>	<p>Jenis Penelitian : Penelitian lapangan</p> <p>Pendekatan : Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Batik Banten masih dapat mengalami perkembangan yang begitu luas dan beragam tanpa menghilangkan ciri-ciri batik Bantennya. Penciptaan karya busana pesta muslimah ini menggunakan beberapa teknik, diantaranya teknik membatik, teknik mewarna batik, teknik menjahit, dan teknik bordir. Batik Banten dan busana pesta muslimah merupakan ide dalam penciptaan karya busana. Penerapan dan pengembangan batik Banten ke dalam busana pesta muslimah dengan memadukan beberapa motif batik Banten dengan penyusunan asimetris berulang sehingga tercipta motif baru sebagai perpaduan</p>	<p>Tugas Akhir</p> <p>Institut Seni Indonesia Yogyakarta</p>

			menarik. ¹⁴	
2.	<p>Judul : Kreativitas pengembangan produk batik oleh Dewan Kerajinan Nasional Daerah (DEKRANASDA) Riau dalam menguasai pangsa pasar menurut ekonomi Islam.</p> <p>Penulis : Nur Aida</p>	<p>Jenis Penelitian : Penelitian lapangan</p> <p>Pendekatan: Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Upaya yang dilakukan Dekranasda dalam pengembangan produk batik dalam menguasai pasar adalah dengan meningkatkan kualitas produksi, bahan baku, proses pembuatan batik, pemasaran. Faktor yang menjadi kendala dalam pengembangan batik Riau adalah terbatasnya SDM, teknologi, bahan baku, harga, promosi, persaingan di pasar dan kurangnya analisis terhadap pasar. Tinjauan dari segi ekonomi Islam, kreativitas pengembangann produk batik Riau oleh Dekranasda sudah sesuai dengan ekonomi Islam.¹⁵</p>	<p>Skripsi</p> <p>Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum,</p> <p>UIN Sultan Syarif Kasimriau</p> <p>Pekanbaru.</p>

¹⁴ Eva Purnama Sari, "Pengembangan Batik Banten Dalam Penciptaan Busana Pesta Muslimah... hlm. 12

¹⁵ Nur Aida, "Kreativitas Pengembangan Produk Batik Oleh Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Riau Dalam Menguasai Pangsa Pasar Menurut Ekonomi Islam"*Skripsi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum*, (Pekanbaru: UIN Sultan Syarif Kasimriau Pekanbaru, 2013), hlm. 104

	Tahun : 2013			
3.	<p>Judul : Peranan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan busana muslim di usaha dagang (UD) Eva indah Tulungagung</p> <p>Penulis : Nur Chamidah Saliq,</p>	<p>Jenis Penelitian : Penelitian Lapangan</p> <p>Pendekatan: Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan busana muslim di Usaha Dagang(UD) Eva Indah Tulungagung berkaitan erat dengan pengembangan produk dan penjualan. Hal ini dapat dilihat dari data penjualan yang cenderung banyak mengalami peningkatan. Karena dengan pengembangan produk usaha ini tidak akan mengalami penurunan penjualan yang terlalu banyak.sebaliknya, pengembangan produk dapat membantu meningkatkan volume penjualan. Selain itu, terdapat faktor pendukung dan penghambat dari</p>	<p>Skripsi</p> <p>Jurusan Ekonomi Syariah</p> <p>Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam,</p> <p>Institut Agama Islam Negeri Tulungagung</p>

	Tahun : 2017		Usaha Dagang ini. Faktor pendukungnya yaitu: keinginan untuk menaikkan omset, mengikuti perkembangan trend fashion sekarang, dan kemajuan teknologi. Sedangkan faktor penghambatnya adalah kurangnya ide atau gagasan dan mahalnya biaya pengembangan produk. ¹⁶	
4.	Judul : Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslimah (Studi pada CV. Azka Syahrani Collection) Penulis : Ly Fairuzah	Penelitian : Deskriptif Pendekatan: Empiris	Pemberdayaan terhadap faktor-faktor tenaga kerja menjadi tujuan utama yang ditekankan oleh perusahaan, dan diangkat sebagai salah satu visi, misi dan tujuan pendirian perusahaan. Perusahaan menanamkan dan menerapkan nilai-nilai <i>spiritual company</i> kepada tenaga kerjanya dengan mengedepankan aspek moral dan etika dalam menjalankan setiap aktivitas kegiatan produksi.	Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Program Studi Muamalat (Ekonomi Islam)

¹⁶ Nur Chamidah Saliq, "Peranan Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Busana Muslim Di Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung", *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2017), hlm. 85-86

	<p>Aisyah</p> <p>Tahun : 2011</p>	<p>Penjualan harga produk yang wajar sesuai dengan pemberian bahan baku yang bermutu, serta penargetan produksi pakaian yang tidak melampaui kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan.</p> <p>Produk yang diperjualbelikan, produk yang menjadi salah satu anjuran sunnah Nabi SAW, yaitu busana penutup aurat. Pemakaian sistem pola <i>direct selling</i> yang diberlakukan tidak terdapat unsur gharar, dan dzolim karena cacat secara jelas dalam surat ketentuan keagenan.</p> <p>Kegiatan usaha bisnis yang dijalankan oleh CV. Azka Syahrani telah sesuai dengan nilai-nilai dasar serta nilai instrumental ekonomi Islam, yaitu kepemilikan, kesederhanaan, pemberian zakat, tidak adanya unsur riba, adanya kerjasama yang baik, serta tersedianya jaminan</p>	<p>UIN Syarif Hidayatullah Jakarta</p>
--	--	--	--

			sosial. ¹⁷	
5.	<p>Judul : Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha Busana Muslim di Desa Jepang Pakis Jati Kudus.</p> <p>Penulis : Nor Mazidah</p> <p>Tahun :</p>	<p>Penelitian : Field research atau penelitian lapangan</p> <p>Pendekatan: Kualitatif</p>	<p>Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa faktor pendorong pengembangan usaha busana muslim di Desa Jepang Pakis Jati Kudus adalah: kemampuan dan kemauan; tekad yang kuat dan kerja keras; kesempatan dan peluang; lokasi; kualitas produk, hubungan dengan pemasok dan distributor; keuangan; organisasi; perencanaan; administrasi; peraturan pemerintah, politik, sosial, ekonomi dan budaya lokal; dan catatan bisnis.</p> <p>Faktor penghambat usaha busana muslim di Desa Jepang Pakis Jati Pati Kudus adalah: pengetahuan dasar yang</p>	<p>Skripsi</p> <p>Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam</p> <p>STAIN Kudus</p>

¹⁷ Ly Fairuzah Aisyah, "Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim", *Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), hlm. 73-74

	2017		<p>dimiliki; keterbatasan waktu; modal usaha; lokasi yang kurang memadai; kurangnya pengawasan peralatan; ketidakmampuan dalam melakukan peralihan kewirausahaan; kontradiktif antara pendidikan, latar belakang, pengalaman, dan kesukaan dengan bisnis; tidak melakukan riset dan analisis pasar; masalah legalitas dan perizinan; tidak kreatif dan inovatif; cepat puas diri.</p> <p>Strategi yang dilakukan dalam menghadapi faktor-faktor penghambat pengemban sebuah usaha yaitu: mengenali bisnis secara mendalam; mengembangkan rencana bisnis yang matang; mengelola sumber daya keuangan; memahami laporan keuangan; mengelola karyawan secara efektif.¹⁸</p>	
--	------	--	---	--

¹⁸ Nor Mazidah, “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha Busana Muslim di Desa Jepang Pakis Jati Kudus”, *Skripsi Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam*, (Kudus: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus, 2017), hlm. 84





Dari penelitian-penelitian sebagaimana dipaparkan diatas, masih sedikit peneliti yang menggunakan konsep *halal fashion* sebagai teori analisisnya. Padahal dalam Islam terdapat kriteria-kriteria *fashion* yang tercantum dalam Al-Qur'an dan sunnah Nabi Muhammad Saw. sebagai panduan bagi pelaku bisnis dalam pengembangan produk khususnya bidang *fashion*. Sehingga, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengembangan produk melalui konsep *halal fashion*.

E. KERANGKA TEORI

Teori Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar, kemudian diakhiri dengan tahap produksi penjualan dan pengiriman produk ke konsumen.¹⁹ Secara umum, dalam proses pengembangan produk, terdapat fungsi-fungsi yang mendukung terwujudnya produk tersebut. Fungsi-fungsi yang mendukung langsung pengembangan produk tersebut meliputi:

1. Pemasaran

Bagian pemasaran memfasilitasi interaksi antara konsumen dan produsen, dalam hal identifikasi peluang, segmen pasar, identifikasi kebutuhan, target harga, promosi dan penjualan produk. Bagian pemasaran sangat dekat dengan konsumen, sehingga dapat memberikan masukan kepada perancang tentang berbagai hal positif yang diinginkan

¹⁹ Prof. Dr. Agustinus Purna Irawan, IPM., *Perancangan dan Pengembangan Produk Manufaktur*, (Yogyakarta: ANDI, 2017), hlm. 3

oleh konsumen terhadap produk yang dihasilkan dan yang akan dikembangkan maupun diproduksi selanjutnya.

2. Perancang (*Designer*)

Perancang mempunyai tugas dan peranan sangat penting untuk mendefinisikan bentuk produk.

3. Manufaktur

Bagian manufaktur berfungsi untuk merancang dan mengoperasikan sistem produksi pada proses produksi produk, pembelian, distribusi, instalasi, sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas tinggi tetapi dengan harga yang kompetitif. Hal ini sesuai dengan apa yang diinginkan oleh kebanyakan calon konsumen, bahwa konsumen dapat membeli berbagai produk dengan harga yang terjangkau, sesuai segmen pasar yang dituju.

4. Distribusi

Bagian distribusi bertugas untuk mendistribusikan produk ke konsumen melalui sistem distribusi dan memastikan produk dapat diterima oleh konsumen tepat waktu dengan kualitas yang tetap terjaga dengan baik. Kecepatan dan ketepatan dalam distribusi produk akan menghasilkan kinerja produk dan kinerja pemasaran produk yang baik, sehingga akan menghasilkan peningkatan keuntungan bagi perusahaan pengembangan produk.²⁰

²⁰ Prof. Dr. Agustinus Purna Irawan, IPM., *Perancangan dan Pengembangan Produk Manufaktur...* hlm. 4

Proses pengembangan produk merupakan urutan langkah atau kegiatan di mana suatu perusahaan pengembangan produk berusaha untuk menyusun, merancang dan mengkomersilkan suatu produk, sehingga dapat dimanfaatkan oleh konsumen dan kemudian perusahaan mendapatkan keuntungan. Proses pengembangan produk meliputi kegiatan sebagai berikut:

1. Perencanaan
2. Pengembangan konsep
3. Perancangan tingkat sistem
4. Perancangan detail
5. Pengujian dan perbaikan
6. Produksi awal
7. Peluncuran produk²¹

Faktor-faktor Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk merupakan strategi mengembangkan produk baru yang berhubungan dengan produk yang ada sekarang. Dalam menerapkan strategi pengembangan produk perlu diperhatikan faktor-faktor penentu kapan strategi tersebut dapat dilaksanakan dengan baik, antara lain:

1. Kemampuan riset dan pengembangan perusahaan

Strategi ini efektif jika perusahaan memiliki kemampuan atau kapabilitas dalam riset dan pengembangan yang kuat, dengan demikian produk baru dapat dilansir dengan cepat, diterimapasar dan terus menerus.

²¹ Prof. Dr. Agustinus Purna Irawan, IPM., *Perancangan dan Pengembangan Produk Manufaktur...* hlm. 13

2. Daur hidup produk dan keberhasilan produk di mata pelanggan

Bila produk telah mencapai tahap dewasa (*maturity*) dalam daur hidup produk serta produk berhasil di mata pelanggan, maka strategi ini efektif untuk dilakukan, dengan harapan agar pelanggan tersebut tertarik untuk mencoba produk baru yang diluncurkan.

3. Perkembangan teknologi

Strategi ini sangat cocok diterapkan bila persaingan industri dalam pengembangan teknologi sangat cepat.

4. Persaingan produk di pasar

Strategi ini efektif dilakukan pada saat pesaing sedang gencar-gencarnya melansir produk baru dengan BMW (biaya, mutu, dan waktu) yang lebih baik.

5. Pertumbuhan industri

Strategi ini efektif jika perusahaan bersaing dalam industri dengan pertumbuhan yang (sangat) tinggi.²²

Teori Konsep *Halal Fashion*

Busana atau pakaian dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang kita pakai mulai dari kepala hingga sampai pada ujung kaki. Hal ini mencakup antara lain, semua benda yang melekat pada badan, seperti baju, celana, sarung dan kain panjang, semua benda yang melengkapi pakaian dan berguna bagi si pemakai seperti selendang, topi, sarung tangan, dan kaos kaki. Dan

²² Jemsly Hutabarat dan Martani Huseini, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), hlm. 172-173

semua benda yang berfungsi sebagai hiasan untuk keindahan pakaian seperti, gelang, cincin dan sebagainya.²³

Menurut J.B.A.F Maijor Polak, fashion adalah cara dan gaya melakukan dan membuat sesuatu yang sering berubah-ubah serta diikuti oleh banyak orang.²⁴ Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa fashion adalah ragam atau bentuk atau gaya yang terbaru (khususnya dalam hal pakaian muslimah) yang terjadi pada suatu waktu tertentu serta diikuti oleh banyak orang.

Dalam ajaran Islam, pakaian bukan semata-mata masalah budaya dan mode. Islam menetapkan batasan-batasan tertentu untuk laki-laki maupun perempuan. Khusus untuk muslimah, memiliki pakaian khusus yang menunjukkan jati dirinya sebagai seorang muslimah. Bila pakaian adat umumnya bersifat lokal, maka pakaian muslimah bersifat universal. Dalam arti dapat dipakai oleh muslimah dimanapun ia berada.²⁵

Berpakaian secara Islam, terutama bagi muslimah, adalah bagian dakwah yang penting dalam syiar Islam di seluruh dunia, karena petunjuknya jelas (muhkamat) dalam Al-Qur'an dan Hadits. Dalam dalil-dalil Al-Qur'an dan Hadits, busana muslim merupakan ketentuan tata busana bagi kaum muslim untuk menutup auratnya berdasarkan syariat Islam sebagaimana telah diserukan Allah dalam Al-Qur'an Q.S. Al-A'raaf ayat 26 sebagai berikut:

²³ Nina Surtiretna, *Anggun Berjilbab*, (Bandung: Al-Bayan, 1990), hlm. 40

²⁴ J.B.A.F. Maijor Polak, *Sosiologi Suatu Pengantar Ringkas* (Jakarta: PT. Ichhtiar Baru, 1982), hlm. 36.

²⁵ Muhammad Mutawalli Sya'rawi, *Fiqh Wanita*, (Jakarta: Al-Maktabah at-Taifiqiyah, 2004), hlm. 471

يَبْنِي ۚ اَدَمَ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُورِي سَوَاءَ تَكُم وَّرِيْشًا ۗ وَلِبَاسٍ اَلْتَّقْوٰى

ذٰلِكَ خَيْرٌ ذٰلِكَ مِنْ ءَايٰتِ اَللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذْكُرُوْنَ ﴿٦٦﴾

Artinya: “Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan, dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.”

Dari ayat tersebut nampak jelas, adanya firman Allah SWT yang menjelaskan anjuran mengenakan busana muslim maupun pakaian takwa untuk menutup aurat. Akan tetapi dengan perkembangan zaman yang sekarang ini, busana muslim dijadikan trend bagi banyak orang, seperti hijab syari, baju syari, gamis syari. Walaupun mungkin modelnya seperti ketinggalan zaman, akan tetapi trend baju tertutup ini lagi banyak diminati oleh banyak orang. Tidak hanya dari kalangan ibu-ibu akan tetapi dikalangan anak dan remaja.

Persyaratan menutup aurat itu diterapkan secara integral ke dalam berbagai ragam busana daerah yang sudah ada, sehingga tercipta desain dengan berbagai ragam, baik secara struktural (potongan, bentuk, tenunan tekstil) maupun secara dekoratif (corak, warna, ragam hias, tekstur, motif, dan aksesoris).²⁶

Selama ini, wanita muslimah lebih cepat dikenal orang adalah karena mereka mempunyai ciri khas tersendiri, yakni dari cara berbusananya. Busana wanita muslimah sangat karakteristik. Sopan, anggun, berwibawa, dan sangat

²⁶ Beryl C. Syamwil, “Akar Sejarah Busana Muslimah Indonesia”, dalam Aswab Machasin (eds), *Ruh Islam dalam Budaya Bangsa Konsep Estetika*,..., hlm. 239

hormat. Syarat-syarat dalam berbusana wanita sebagaimana dikemukakan oleh Abdullah Bin Shalih Al Fauzan dalam bukunya yang berjudul “Perhiasan Wanita Muslimah” adalah:

1. Pakaian yang bukan merupakan perhiasan
2. Tidak tembus pandang
3. Bukan pakaian mewah
4. Menutup seluruh bagian tubuh yang termasuk aurat
5. Tidak sempit dan tidak keliatan lekuk tubuh
6. Tidak menyerupai laki-laki
7. Tidak menyerupai pakaian wanita kafir²⁷

Tidak hanya perempuan yang harus diperhatikan dalam berpakaian, namun berbusana para kaum laki-laki pun harus diperhatikan dalam berbusana dan batas aurat laki-laki yakni anggota tubuh yang berkisar antara pusar dan lutut.

Adapun batas bagi laki-laki dalam berpakaian yaitu:

1. Tidak menyerupai wanita
2. Tidak menggunakan sutera dan emas
3. Tidak menyerupai orang kafir

Sebagaimana tidak dihalalkan bagi seorang laki-laki untuk melihat kepada perempuan lain, maka demikian pula tidak halal bagi seorang wanita melihat pada lelaki lain. Sebab hubungan antara laki-laki dengan perempuan

²⁷ Abdullah bin Shalih Al Fauzan, *Perhiasan Wanita Muslimah*, (Jakarta: Cendekia Sentra Muslim, 2003). hlm. 79

itu sama dengan hubungan perempuan dan laki-laki, dan hasratnya sama dengan hasrat perempuan pada laki-laki.²⁸

Dengan adanya fenomena mode fashion ini, dilirik oleh para produsen baju muslim. Mereka membuat model yang akhirnya dapat diminati banyak orang dan laku terjual banyak. Para produsen berlomba-lomba untuk melakukan inovasi produk. Hal ini juga akan membuat persaingan semakin ketat dikalangan produsen. Dengan kompetisi yang terjadi dalam produsen pakaian muslim saat ini, menjadikan kualitas produksi dan peranan pengembangan produk juga semakin penting guna meningkatkan volume penjualan.

F. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Riset kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam melakukan riset yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang berdifat alami.²⁹ Jenis penelitian ini digunakan untuk memahami pengembangan produk melalui konsep *halal fashion*.

²⁸ Syaikh Imad Zaki Al-Barudi, *Tafsir Wanita*, (Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar,), hlm. 580

²⁹ Mohammad Ali, *Memahami Riset Perilaku dan Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 252

2. Sumber Data

Data adalah sekumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu.³⁰ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau sumber pertama yang secara umum disebut sebagai narasumber, dalam istilah teknisnya responden.³¹ Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data-data dari Informan baik berupa kata-kata, ucapan, tindakan yang dapat memberikan informasi yg berkaitan dengan fokus penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pihak lain, tidak langsung diperoleh peneliti dari subyek penelitiannya (seperti *literature*, jurnal atau data-data yang berhubungan dengan tujuan penelitian dan bersifat melengkapi).³² Data yang dimaksud disini adalah segala data yang secara tidak langsung berhubungan dengan persoalan fokus penelitian, seperti berupa buku-buku yang dianggap relevan dengan fokus penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2008), hlm. 96

³¹ Sarwono, *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Posedur SPSS*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2012), hlm. 37

³² Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 91

a. Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

Wawancara yaitu percakapan antara dua orang dimana salah satunya bertujuan untuk menggali dan mendapatkan informasi untuk suatu tujuan tertentu.³³ Wawancara akan dilakukan secara mendalam dan demokratis kepada informan. dikatakan wawancara mendalam karena aspek-aspek yang diwawancarakan tidak hanya semata-mata menyangkut segi yang dapat dikenali, tetapi juga menyangkut segi-segi yang ada dibalik munculnya suatu fenomena.³⁴ Wawancara mendalam dilakukan berkali-kali dan membutuhkan waktu bersama informan di lokasi penelitian dengan tujuan untuk mengetahui informasi tentang pengembangan produk melalui konsep *halal product*. Wawancara akan dilakukan terhadap informan utama yaitu owner batik Huza di kota Pekalongan, dan informan kedua sebagai pendukung yaitu konsumen batik Huza.

b. Observasi

Observasi yaitu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.³⁵ Peneliti langsung melakukan peninjauan dan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian, mulai dari proses

³³Haris Herdiyansah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 29

³⁴Mohammad Ali, *Memahami Riset Perilaku dan Sosial...* hlm. 128

³⁵Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), hlm. 115

finishing sampai barang tersebut dipasarkan. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh data dalam penelitian lapangan.³⁶

c. Dokumentasi

Yaitu teknik untuk memperoleh data melalui data-data, catatan, transkrip, foto-foto yang berkaitan dengan subyek dan fokus penelitian ini.

4. Lokasi penelitian

Rumah Batik Huza yang berada di Jl. Kenanga No. 7 Klego Pekalongan.

5. Validitas Data

Validitas merupakan keakuratan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.³⁷

Data penelitian yang diperoleh di lapangan haruslah diuji kebenarannya. Dalam penelitian kualitatif metode yang digunakan untuk menguji validitas data adalah triangulasi. Disarikan dari berbagai sumber pada dasarnya triangulasi merupakan pendekatan multimetode, dilakukan peneliti ketika mengumpulkan dan menganalisis data. Pemikiran dasarnya bahwa fenomena penelitian dapat dipahami dengan baik dan diperoleh tingkat validitas tinggi jika didekati dari berbagai dimensi.

³⁶Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), hlm. 212

³⁷ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Alfabeta, 2005), hlm. 117

Mengidentifikasi fenomena penelitian tunggal dari dimensi berbeda memungkinkan akan diperoleh informasi yang andal. Triangulasi merupakan usaha untuk mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data.³⁸

Pelaksanaan triangulasi dapat dilakukan melalui berbagai macam model. Pada penelitian ini digunakan triangulasi sumber data, yaitu triangulasi dengan modus penggunaan sumber data yang berbeda dan lebih dari satu yang mengandung makna bahwa suatu informasi yang diperoleh dari satu sumber data dicek secara silang kepada sumber yang lain. Tujuannya adalah untuk memperoleh dan mengoreksi informasi yang diperoleh dari sumber data guna menghindari terjadinya bias dalam merumuskan premis-premis yang mendukung data atau informasi yang diperlukan.³⁹

6. Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif, yaitu memperhatikan proses-proses kejadian pada suatu fenomena. Pelaksanaan analisis dilakukan saat riset berlangsung berupa memperbaiki atau merubah baik asumsi teoritis yang digunakan maupun pertanyaan dalam fokus riset. Analisis juga dilakukan setelah data terkumpul yaitu terkait dengan perumusan penemuan riset itu sendiri.

³⁸Firdaus, Fakhry Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 107

³⁹Mohammad Ali, *Memahami Riset Perilaku dan Sosial...* hlm. 271

Proses analisis yang dilakukan secara bertahap, *pertama*, pengumpulan data, yaitu proses pencarian data di lapangan yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Tahap *Kedua*, reduksi data (*data reduction*), yaitu proses pemilihan, dan pemilahan serta pemusatan perhatian pada penyederhanaan, abstraksi dan transformasi data kasar yang diperoleh di lapangan. *Ketiga*, penyajian data (*data display*), yaitu penyajian atau deskripsi data atau informasi tersusun yang memungkinkan untuk melakukan interpretasi data, penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk teks naratif. Pada dasarnya peneliti akan melakukan analisis dan interpretasi dalam setiap tahapan penelitian. *Keempat*, pengambilan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*). Verifikasi ini adalah upaya membuktikan kembali benar atau tidaknya kesimpulan yang dibuat atau sesuai tidaknya kesimpulan dengan kenyataan. Verifikasi yang dilakukan yaitu dengan melakukan triangulasi. Selama penelitian masih berlangsung, setiap kesimpulan yang ditetapkan akan terus menerus diverifikasi hingga dapat diperoleh konklusi yang akuntabel.⁴⁰

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil

⁴⁰ Imam Suprayogo Dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Agama*, Cet.II(Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 194

penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian riset sebelumnya, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan mengenai teori tentang pengembangan produk yang meliputi definisi produk, konsep produk, definisi pengembangan produk, tujuan pengembangan produk, manfaat pengembangan produk, faktor-faktor pengembangan produk, definisi fashion, fungsi busana, kriteria fashion menurut Islam, dan teori yang berkaitan dengan pengembangan produk melalui konsep *halal fashion*.

BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini dijelaskan tentang gambaran umum dari objek penelitian penulis yaitu produsen batik Huza di kota Pekalongan. Dalam bab ini terdiri dari profil batik Huza, struktur kepegawaian batik Huza, dan pengembangan serta penerapan *halal fashion* pada produk batik Huza.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini disajikan hasil penelitian serta pembahasannya yang isinya adalah pembahasan mengenai pengembangan produk melalui konsep *halal fashion* pada produsen batik Huza di kota Pekalongan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis terhadap topik penelitian. Seluruh rangkaian pembahasan yang berisi tentang kesimpulan pembahasan dan saran-saran sebagai masukan kepada pihak atau subjek yang bersangkutan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis selama melakukan penelitian terkait pengembangan produk melalui konsep *halal fashion* yang mengambil studi pada produsen Batik Huza di kota Pekalongan, penulis berusaha mengambil kesimpulan yaitu:

1. Konsep *halal fashion* yang diterapkan yaitu meliputi tiga indikator:
 - a. Bahan baku, dalam membuat produknya Batik Huza menggunakan bahan baku yang digunakan diantaranya adalah dari bahan rayon, katun, doby, sutera, dan lainnya.
 - b. Model, dari segi model Batik Huza mengikuti tren model kekinian.
 - c. Proses pengolahan produksi batik Huza dilakukan di pabriknya sendiri yang berada di daerah Tirto Pekalongan. Setelah produk jadi maka selanjutnya akan dibawa ke tempat Batik Huza yang berada di Klego untuk diproses *inspecting*, *finishing* dan pengemasan.
2. Pengembangan produk yang dilakukan yaitu:

Awalnya produk yang dibuat adalah berupa produk batik rumahan seperti daster karena tadinya pangsa pasarnya adalah orang tua, namun sekarang berkembang kepada usia produktif milenial. Pengembangan produk yang dilakukan Batik Huza meliputi 3 hal, yakni dari segi material atau bahan baku, motif, dan model fashionnya.

3. Faktor-faktor yang menjadi kendala dalam pengembangan produk yaitu ketersediaan bahan baku dan harga bahan baku maupun bahan pendukung produksi lainnya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi produsen industri *halal fashion* hendaknya mematuhi indikator kriteria dari konsep *halal fashion* yang telah dipaparkan di atas, sehingga akan bisa membawa perkembangan dalam sektor industri *halal fashion*, dan akan bisa bersaing dengan industri *halal fashion* perusahaan lain dan juga dari negara-negara lain yang mengembangkan sektor industri *halal fashion*.
2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengkaji lebih dalam terkait pengembangan produk melalui konsep *halal fashion*, tidak hanya dari produksi batik, tetapi dari produksi fashion lainnya.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bahwa trend *halal lifestyle* salah satunya terdapat sektor *fashion*. Bagi umat muslim, perkembangan produk *fashion* berkaitan dengan konsep *halal fashion*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Aida, Nur. 2013. “Kreativitas Pengembangan Produk Batik Oleh Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Riau Dalam Menguasai Pangsa Pasar Menurut Ekonomi Islam”. *Skripsi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum*. Pekanbaru: UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Aisyah, Ly Fairuzah. 2011. “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim”. *Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Al Fauzan, Abdullah bin Shalih. 2003. *Perhiasan Wanita Muslimah*. Jakarta: Cendekia Sentra Muslim.
- Al-Barudi, Syaikh Imad zaki. 2000. *Tafsir Wanita*. Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar.
- Al-Barudi, Syaikh Imad Zaki. *Tafsir Wanita*. Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar.
- Ali, Mohammad. *Memahami Riset Perilaku dan Sosial*. 2014. Jakarta: Bumi Aksara.
- Amin, A. Rifqi M. Pd.I.,. 2015. *Pengembangan Pendidikan Agama Islam*. Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara.
- Asosiasi Pengusaha Perancang Mode Indonesia (APPMI). 2006. *Kreasi Busana Kerja Wanita Muslim*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- As-Sya’rawi, Syaikh Mutawalli. 2003. *Fikih Perempuan (Muslimah)*. Jakarta: Amzah.



- Azwar, Saifuddin. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Firdaus, Fakhry Zamzam. 2018. *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Hasan, Abdillah F. 2013. *40 Bisnis Paling Laris*. Semarang: Dahara Prize.
- Hendro. 2010. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Herdiyansah, Haris. 2013. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hutabarat, Jemsly dan Martani Huseini. 2006. *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Irawan, Prof. Dr. Agustinus Purna, IPM. 2017. *Perancangan dan Pengembangan Produk Manufaktur*. Yogyakarta: ANDI.
- Ismail, Azman. 2006. *Al-Qur'an, Bahasa & Pembinaan Masyarakat*. Yogyakarta: AK Group bekerjasama dengan Ae-Raniry Press Darussalam Banda Aceh.
- Jalaluddin. 2009. *Fikih Remaja*. Jakarta: Kalam Mulia.
- Kotler, Philip. 1987. *Marketing*, Jilid 1., Ter. Herujati Purwoko. Surabaya: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. Kevin Lane Keller. 2008 *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangg.

- Ma'arif, M. Syamsul Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Operasi*. Jakarta: Grasindo.
- Ma'arif, M. Syamsul Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Operasi*. Jakarta: Grasindo.
- Mazidah, Nor. 2017. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha Busana Muslim di Desa Jepang Pakis Jati Kudus". *Skripsi Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam*, (Kudus: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus.
- Muflihini, M. Dliyaul. 2018. "Konstruksi Indikator Halal dalam Perkembangan Industri Halal Fashion". *Tesis Program Studi Ekonomi Syariah*. Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Nazir, Moh. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Octaviany, Oky Mia. 2012. *Batik Muslimah*. Surabaya: Tiara Aksa PT Trubus Agrisarana.
- Polak, J.B.A.F. Maijor. 1982. *Sosiologi Suatu Pengantar Ringkas*. Jakarta: PT. Ichhtiar Baru.
- Saliq, Nur Chamidah. 2017. "Peranan Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Busana Muslim Di Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung". *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*. Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Sari, Eva Purnama. 2017. "Pengembangan Batik Banten Dalam Penciptaan Busana Pesta Muslimah". *Jurnal Penciptaan Fakultas Seni Rupa*. Yogyakarta: Institute Seni Indonesia Yogyakarta.



- Sarwono. 2012. *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Posedur SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Setiawati, Erna. 2011 “Strategi Pengembangan Komoditas Studi Tentang Budaya Ekonomi Di Kalangan Pengusaha Batik Laweyan”. *Kawistara*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, Vol.1, No.3.
- Simamora, Henry. 2007. *Manajemen Pemasaran Internasional*, Jilid II, Ed. 2., Cet.1., Jakarta: Rineka Cipta..
- Stanton, William J. 1996. *Prinsip Pemasaran*, Jilid 1., Ed. VII, Terj. Yohanes Lamarto. Jakarta: Erlangga.
- Subagyo, Nur Aini Masruroh, Indra Bastian. 2017. *Akuntansi Manajemen Berbasis Desain*. Jakarta: Kerjasama Grasindo dengan Gadjah Mada University Press.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suharno, Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practic*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suparta, Munzier. 2013. *Ilmu Hadis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suprayogo, Imam. Dan Tobroni. 2001 *Metodologi Penelitian Agama*, Cet.II. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suprihatiningsih. 2016. *Keterampilan Tata Busana di Madrasah Aliyah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Surtiretna, Nina. 1990. *Anggun Berjilbab*. Bandung: Al-Bayan.

- Sya'rawi, Muhammad Mutawalli. *Fiqh Wanita*. 2004. Jakarta: Al-Maktabah at-Taifiqiyah.
- Thahir, Dr. A. Halil MHI. 2015. *Ijtihad Maqasidi Rekonstruksi Hukum Islam Berbasis Interkoneksi Mashlahah*. Yogyakarta: PT LkiS Pelangi Aksara.
- Thalik, M. 1987. *Analisa dalam Bimbingan Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tohar, M. 2000. *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Kanisius.
- Warta Ekspor. 2015. *Fesyen Muslim Indonesia*. Ditjen PEN/WRT/31/IV edisi April.
- Weman. Suardi. 2005. "Formulasi Strategi Pengembangan Produk Terhadap Tingkat Volume Penjualan". *Jurnal*. Bogor: STIE Kesatuan.
- Yeyen. 2012. *Mix & Match Busana Kerja*. Jakarta: Demedia Pustaka.
- Yuliarma, Dra. Hj. M.Ds. 2016. *Dasar-dasar Teknik Pembuatan Busana*. Jakarta: Kencana.
- <https://www.kompasiana.com> diakses pada tanggal 5 Agustus 2018
- <https://lifestyle.okezone.com> diakses pada tanggal 13 September 2018
- <https://duniajilbab.co.id> di akses pada tanggal 8 Oktober 2018

Wawancara

Janah, salah satu pegawai dari Batik Huza. Wawancara Pribadi. Pekalongan 23 Juli 2018.



Eva Yuliana, konsumen Batik Huza. Wawancara Pribadi. Pekalongan 11 Agustus 2018.

Ahmad Doni, owner Batik Huza, Wawancara Pribadi. Pekalongan 25 November 2018.



PEDOMAN WAWANCARA OWNER BATIK HUZA (Informan Utama)

Pendahuluan (profil usaha)

1. Nama Anda (pengusaha)?
2. Alamat tempat usaha & di mana saja cabangnya?
3. Apa Visi dan Misi Batik Huza?
4. Kapan waktu operasional usaha?
5. Sejak kapan usaha ini dimulai?
6. Sedangkan persaingan dunia usaha rumah batik (toko) sudah banyak di luar sana, bagaimana pendapat Anda?

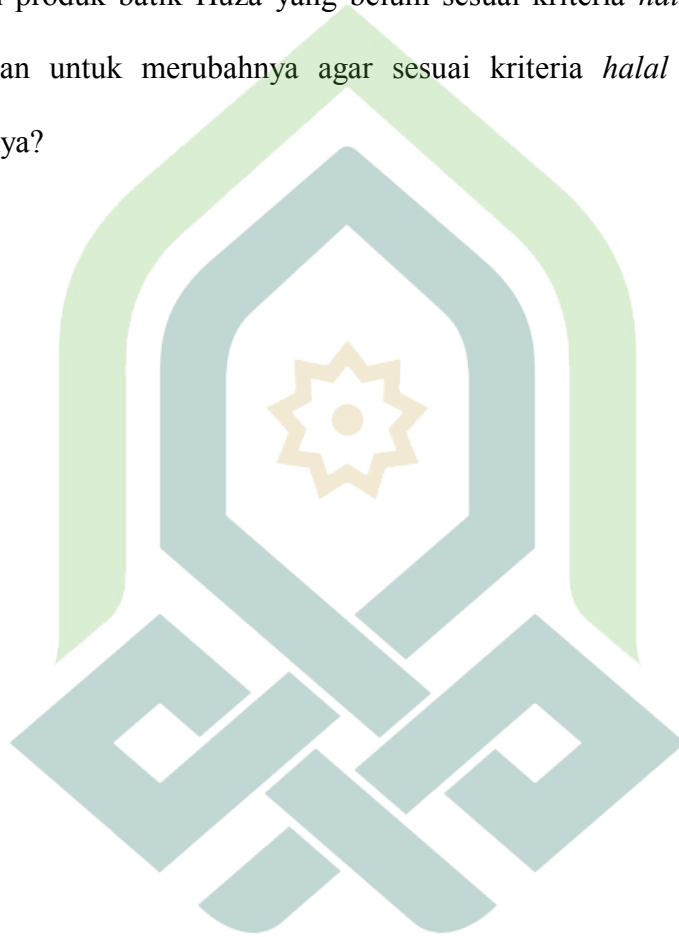
Pengembangan produk melalui konsep *halal fashion*

1. Apakah Anda tahu istilah *halal fashion*? Jika iya, apa yang Anda ketahui tentang *halal fashion*?
2. Bagaimana konsep *halal fashion* menurut Anda?
3. Menurut Anda, kriteria *halal fashion* seperti apa?
4. Apakah *halal fashion* menurut Anda penting? Apa alasannya?
5. Menurut Anda apa perbedaan & persamaan *halal fashion* dan fashion biasa pada umumnya?
6. Apakah Anda tertarik mengembangkan produk batik Huza menggunakan konsep *halal fashion*? Apa alasannya?
7. Apa arti pengembangan produk menurut Anda?

8. Strategi apa saja yang sudah dilakukan Anda untuk mengembangkan produk? Sebutkan apa saja?
9. Siapa saja pangsa pasar batik Huza?
10. Produk apa saja yang dijual di batik Huza?
11. Produk batik yang mana saja yang sering di kembangkan? Apa alasannya?
12. Faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dalam pengembangan produk batik Huza?
13. Apa saja faktor-faktor pendukung pengembangan produk Huza?
14. Apa saja faktor-faktor yang menjadi kendala pengembangna produk batik Huza? Dan bagaimana cara menanganinya?
15. Bagaimana strategi pemasaran produk batik Huza?
16. Di pasarkan di mana saja produk batik Huza?
17. Apakah inovasi model fashion batik Huza mengikuti permintaan konsumen atau konsumen yang mengikuti produsen?
18. Apakah produk batik Huza pernah mengikuti/ mengadakan fashion show? Produk model fashion yang mana yang dijadikan ajang fashion show tersebut? Serta apa alasannya?
19. Bagaimana perkembangan batik Huza selama 2 periode terakhir ini? Apakah ada peningkatan? Produk yang mana yang paling diminati konsumen?
20. Bagaimana cara mempertahankan produk batik Huza agar selalu diminati konsumen?

Lampiran A

21. Apa harapan/ keinginan pengembangan produk yang akan dilakukan Anda pada waktu yang akan datang?
22. Apakah menurut Anda produk batik Huza yang Anda produksi ini sudah termasuk dalam kriteria *halal fashion*? Produk yang mana saja?
23. Apakah produk batik Huza yang belum sesuai kriteria *halal fashion* ada keinginan untuk merubahnya agar sesuai kriteria *halal fashion*? Apa alasannya?



PEDOMAN WAWANCARA KONSUMEN (Informan Pendukung)

1. Siapa nama Anda?
2. Di mana alamat Anda?
3. Apa pekerjaan Anda?
4. Kenapa Anda memilih batik Huza?
5. Sejak kapan Anda menjadi pelanggan batik Huza?
6. Produk fashion model apa yang sering Anda beli? Apa alasannya?
7. Produk yang Anda beli apakah akan dipakai sendiri atau diberikan sebagai hadiah atau oleh-oleh seseorang?
8. Seberapa sering Anda membeli produk batik Huza?
9. Apakah Anda tertarik dengan produk batik Huza yang bermodel busana muslim? Apa alasannya?
10. Apakah Anda ada keinginan untuk membeli produk batik Huza kembali?

SURAT BUKTI WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Doni

Jabatan : Owner Batik Huza

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Rini Setianingsih

NIM : 2013114152

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul:

Pengembangan Produk Melalui Konsep *Halal Product* (Studi Pada Produsen Batik Huza di Kota Pekalongan)

Demikian surat ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 28 Februari 2019



Ahmad Doni

Owner Batik Huza



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama Lengkap : Rini Setianingsih
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 30 Juni 1996
Alamat : Watusalam Gg.1 No. 448 RT/14 RW/07
Kec. Buaran Kab. Pekalongan
Email : rinisetianingsih99@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. SDN 01 Watusalam Lulus Tahun 2008
2. SMPN 16 Pekalongan Lulus Tahun 2011
3. SMKN 3 Pekalongan Lulus Tahun 2014

B. Data Orang Tua

1. Ayah Kandung

Nama Lengkap : Casnuri
Pekerjaan : Buruh
Agama : Islam
Alamat : Watusalam Gg.1 No. 448 RT/14 RW/07
Kec. Buaran Kab. Pekalongan

2. Ibu Kandung

Nama Lengkap : Wastinah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Agama : Islam
Alamat : Watusalam Gg.1 No. 448 RT/14 RW/07
Kec. Buaran Kab. Pekalongan

Demikian daftar riwayat hidup ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, Februari 2019
Yang menyatakan



Rini Setianingsih



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.iainpekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Rini Setianingsih**
NIM : **2013114152**
Jurusan/Prodi : **Ekonomi Syariah**
E-mail address : **rinisetianingsih99@gmail.com**
No. Hp : **085600042060**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**Pengembangan Produk Melalui Konsep *Halal Fashion*
(Studi Pada Produsen Batik Huza di Kota Pekalongan)**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 27 Maret 2019


Rini Setianingsih
Nim. 2013114152

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam Flashdisk
(Flashdisk dikembalikan)

