

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Islam telah memperkenalkan pakaian-pakaian yang seharusnya dipakai oleh kaum muslimin terutama bagi wanita yang berjilbab. Pemakaian jilbab dalam arti pakaian yang menutup seluruh tubuh wanita kecuali wajah dan tangan pernah menjadi kurang perhatian masyarakat Islam pada abad ke 19. Namun dengan perkembangan zaman dan seiring berjalannya waktu sekarang banyak *trand* baju muslimah yang bermnculan. Banyak *brand-brand* baru yang menjual baju muslim dengan berbagai model dan inovasi yang baru (Mustami, 2015).

Brand baju muslimah yang menjadi rujukan untuk melakukan penelitian ini adalah Hima Fashion. Hima Fashion merupakan sebuah usaha yang memproduksi baju muslimah yang berdiri pada bulan Agustus 2016. Pemasaran yang dilakukan melalui sosial media yaitu *facebook*, dan *instagram*. Dengan pemasaran yang *online* tersebut, pelanggan Hima Fashion sudah tersebar di berbagai kota di Indonesia bahkan hingga sampai ke luar negeri.

Meskipun usaha ini sudah mampu menembus pasar luar negeri, namun dengan usia yang masih muda, diharapkan dapat bertahan dengan persaingan bisnis baju muslimah. Dengan mempertahankan produk maupun membuat suatu ciri khas dari produk tersebut yang nantinya dapat digunakan sebagai salah satu karakteristik produk Hima Fashion. Hal ini penting dilakukan, mengingat persaingan bisnis pada komoditas baju muslimah wanita sangat tinggi. Meskipun Hima Fashion masih berjalan beberapa bulan, namun *brand* ini mengalami perkembangan yang cukup baik. Perkembangan ini bisa dilihat dari omset penjualan gamis yang mengalami peningkatan setiap bulannya, seperti ditunjukan pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Data Omset Penjualan Hima Fashion

Bulan	Omset Penjualan
Agu-16	Rp3.330.000
Sep-16	Rp3.720.000
Okt-16	Rp3.900.000
Nov-16	Rp4.905.000
Des-16	Rp6.280.000
Jan-17	Rp7.056.000
Feb-17	Rp8.145.000
Mar-17	Rp10.920.000
Apr-17	Rp7.265.000



Gambar 1.1 Grafik Omset Penjualan Hima Fashion
(sumber : Data primer Hima Fashion)

Dari gambar 1.1 diketahui bahwa pada bulan bulan april 2017 omset mengalami penurunan, sehingga hal ini tidak bisa diabaikan karena dapat berdampak tidak baik untuk perkembangan Hima Fashion untuk selanjutnya. Seiring dengan perkembangan bisnis yang semakin dinamis dan penuh dengan ketidak pastian, suatu usaha diharuskan dan diwajibkan untuk menjaga dan dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan agar dapat bertahan dari ketatnya persaingan bisnis (Kosasih, Soenandi dan Celsia. 2013). Hima Fashion merupakan *brand* baju muslim yang masih muda yang berkembang dibidang fashion muslimah, dimana pangsa pasar industri tersebut dikatakan cukup besar dengan tingkat penerimaan masyarakat terhadap produk sangat positif. Oleh sebab itu guna meningkatkan dan bertahan dalam pesaingan industri tersebut peneliti ingin melakukan penelitian pengembangan produk yang nantinya dapat mengetahui keninginan konsumen terhadap *brand* Hima Fashion sehingga nantinya dapat

digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang di dapatkan adalah bagaimana produk gamis yang diinginkan oleh konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian:

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui keinginan konsumen terhadap produk Hima Fashion.
2. Mengetahui prioritas perbaikan dalam meningkatkan kualitas produk gamis Hima Fashion menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*.

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan dapat:

1. Memberikan informasi yang tepat terhadap Hima fashion mengenai baju gamis yang diinginkan konsumen, sehingga Hima fashion dapat melakukan pengembangan serta perbaikan produk baju gamis yang diinginkan oleh konsumen.
2. Dapat dijadikan sebagai acuan produsen lain dalam pembuatan produk yang diinginkan konsumennya.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah yang diambil adalah pelanggan yang dimaksud merupakan konsumen *Hima Fashion* yang membeli gamis pada bulan Agustus 2016 sampai April 2017.

1.6 Sistematika Penulisan:

Berikut ini dijelaskan tentang sistematika penulisan agar mempermudah dalam menyelesaikan penelitian, adapun beberapa bagian itu adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang perihal yang melatar belakangi melakukan penelitian ini, terdapat juga perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan ruang lingkup penelitian yang terdiri dari batasan masalah.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang kajian pustaka yang berupa teori-teori dan rumus yang berkaitan dengan penelitian skripsi yang akan dilaksanakan tentang metode analisis multivariat. Teori yang dimasukkan dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian dan diharapkan tujuan dari penelitian bisa tercapai.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang langkah-langkah dan tahapan penelitian yang akan dilakukan. Tahapan ini biasanya dijadikan acuan sebagai pedoman dalam melaksanakan penelitian yang nantinya dapat terselesaikan permasalahan yang terjadi.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan isi dari pembahasan yang dibahas yang dimulai dari pengumpulan data hingga pengolahan data nantinya yang dapat digunakan untuk pemecahan masalah yang diambil serta menganalisa hasil yang didapatkan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil yang didapatkan demi menjawab tujuan dari penelitian yang dilakukan dan memberikan saran guna online shop yang bersangkutan.

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA