

Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Usaha Busana Muslim di Kota Surakarta

Ibnu Khoirudin

Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta
Alamat : Jl. Ki Mangun Sarkoro No.20, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah Telp. (instansi terkait)
E-mail: ibnukhoirudin009@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan bisnis pengembangan usaha busana Muslim di Pasar Klewer, Kota Surakarta. Dalam konteks ini, penelitian akan menyelidiki bagaimana pengembangan usaha busana Muslim di Pasar Klewer mengelola dan mengintegrasikan etika bisnis dalam pengambilan keputusan strategis mereka. Dengan memahami peran etika bisnis di dalam organisasi, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana nilai-nilai etis membentuk budaya perusahaan dan menciptakan keunggulan kompetitif dalam menghadapi tantangan bisnis. Metodologi penelitian ini menggunakan survei terhadap pedagang, pembeli, dan pemangku kepentingan terkait di Pasar Klewer, serta analisis data finansial dan operasional untuk mengevaluasi implementasi pengembangan usaha busana Muslim sehari-hari. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang strategi pengembangan bisnis busana Muslim di Pasar Klewer, Kota Surakarta.

Kata Kunci: *Pengembangan Bisnis Busana Muslim, Pasar Klewer, Etika Bisnis*

Abstract

This research aims to evaluate the feasibility of developing a Muslim fashion business in Pasar Klewer, Surakarta City. In this context, the research will investigate how the development of the Muslim fashion business in Pasar Klewer manages and integrates business ethics in their strategic decision-making. By understanding the role of business ethics within the organization, this research aims to identify how ethical values shape the company culture and create a competitive advantage in facing business challenges. The research methodology involves surveys of traders, buyers, and stakeholders in Pasar Klewer, as well as the analysis of financial and operational data to evaluate the daily implementation of the development of the Muslim fashion business. The results of this research are expected to provide in-depth insights into the strategies for developing the Muslim fashion business in Pasar Klewer, Surakarta City.

Keywords : *Development of Muslim Fashion Business, Pasar Klewer, Business Ethics*

1. Pendahuluan

Pada era globalisasi ini, bisnis di sektor fashion terus mengalami perkembangan dan transformasi, memantul dari berbagai perubahan dalam kebutuhan dan preferensi konsumen. Salah satu segmen dalam industri fashion yang mengalami pertumbuhan yang signifikan adalah bisnis busana Muslim. Di tengah masyarakat yang semakin sadar akan identitas budaya dan agama, busana Muslim tidak hanya menjadi bagian dari gaya hidup, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai keagamaan dan kultural.

Kota Surakarta, atau yang sering dikenal sebagai Solo, memegang peran penting dalam pelestarian dan pengembangan warisan budaya Indonesia. Dengan keragaman etnis dan latar belakang agama, Surakarta menjadi tempat yang potensial untuk

pengembangan bisnis busana Muslim yang mengakomodasi beragam kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan studi kelayakan bisnis dalam konteks pengembangan usaha busana Muslim di Kota Surakarta.

Penelitian ini akan menyelidiki bagaimana pengembangan usaha busana muslim di Kota Surakarta mengelola dan mengintegrasikan etika bisnis dalam pengambilan keputusan strategis mereka. Dengan memahami peran etika bisnis di dalam organisasi, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana nilai-nilai etis membentuk budaya perusahaan dan menciptakan keunggulan kompetitif dalam menghadapi tantangan bisnis.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kelayakan bisnis pengembangan usaha busana Muslim di Pasar Klewer, Kota Surakarta. Hal ini mencakup analisis pasar, aspek finansial, operasional, serta faktor-faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan bisnis.

2. Metodologi

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan Populasi penelitian mencakup pedagang, pembeli, dan pemangku kepentingan terkait di Pasar Klewer. Sampel akan dipilih secara acak dan stratifikasi untuk memastikan representativitas. Survei akan dilakukan terhadap pedagang, pembeli, dan pemangku kepentingan terkait di Pasar Klewer. Data finansial dan operasional juga akan dianalisis dalam aktivitas sehari-hari dengan tujuan untuk mengamati implementasi pengembangan usaha busana muslim sehari-hari antara pedagang, dan konsumen dalam kebijakan operasional perusahaan. Proses Populasi dan sampel mencakup pemantauan praktik-praktik kerja, kebijakan internal, serta komunikasi antar anggota organisasi untuk menilai bagaimana pengembangan usaha busana muslim tercermin dalam budaya kerja perusahaan. Selain itu juga meninjau literasi baik berita maupun artikel yang dapat diakses melalui internet.

2.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Dilaksanakan di Pasar Klewer Solo, pada tanggal 3 Desember 2023

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Impelentasi Pengembangan Usaha Busana Muslim Di Pasar Klewer

Perkembangan industri di era globalisasi menuntut perusahaan untuk tidak hanya fokus pada keuntungan semata, tetapi juga pada aspek-etika dalam menjalankan bisnisnya. Penelitian ini mengungkapkan bahwa Pasar Klewer memiliki kesadaran yang kuat terhadap pentingnya pengembangan dalam mengelola usaha di industri Busana Muslim. Nilai-nilai etis, seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab sosial, terlihat tercermin dalam kebijakan perusahaan dan pengambilan keputusan strategis. Dalam pengembangan usaha busana muslim Pasar Klewer memerlukan pendekatan yang terintegrasi, Menganalisis data kuantitatif yang memengaruhi strategi bisnis, termasuk persaingan industri, perubahan pasar, atau faktor ekonomi.

Implementasi pengembangan usaha busana muslim dalam interaksi sehari-hari antara pedagang, konsumen, dan dalam kebijakan operasional perusahaan tertuang dalam pokok-pokok etika yang mengatur mengenai hal-hal sebagai berikut:

3.1.1 Pengembangan Busana Muslim

a. Pengembangan melalui interaksi antara pedagang dan Konsumen

Aspek kunci dalam dunia bisnis yang melibatkan pertukaran barang atau jasa. Interaksi ini mencakup sejumlah kegiatan dan komunikasi yang terjadi saat konsumen berbelanja atau bertransaksi dengan pedagang sebagai berikut :

- 1.) Penyelenggaraan Acara Pameran Busana Muslim
- 2.) Program Loyalitas dan Diskon Pelanggan
- 3.) Aktivitas Interaktif di Media Sosial
- 4.) Pemberian Sample dan Uji Coba Produk
- 5.) Kegiatan Khusus selama Bulan Ramadhan

b. Tantangan dan Kesuksesan Pasar Busana Muslim

Tantangan dan kesuksesan dalam industri busana Muslim di Surakarta, seperti di tempat lain di Indonesia, sangat dipengaruhi oleh dinamika globalisasi. Berikut adalah beberapa tantangan dan faktor kesuksesan yang mungkin dihadapi dalam industri busana Muslim di Surakarta :

1.) Persaingan Global

Persaingan Global Globalisasi membuka pintu bagi persaingan yang lebih ketat dari perusahaan-perusahaan internasional. Pelaku bisnis harus mampu bersaing secara global.

2.) Tantangan Teknologi

Penerapan teknologi dalam proses produksi dan distribusi dapat menjadi tantangan. Tetapi, sekaligus merupakan peluang untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing.

3.) Tantangan Sosial dan Kultural

Busana Muslim juga seringkali terkait dengan nilai-nilai sosial dan kultural. Penyesuaian dengan perubahan-perubahan ini sambil menjaga identitas lokal bisa menjadi tantangan tersendiri.

c. Kesuksesan Pasar Busana Muslim

1.) Pemasaran Digital

Memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan penjualan dapat membantu pelaku bisnis mencapai pasar global. Prinsip-prinsip pemasaran digital juga harus diterapkan secara efektif.

2.) Kerjasama dengan Desainer Lokal dan Internasional

Kolaborasi dengan desainer lokal dan internasional dapat membantu meningkatkan kredibilitas dan menghadirkan variasi desain yang menarik bagi konsumen.

3.) Memahami Pasar Global

Memahami kebutuhan dan preferensi konsumen di pasar global dan lokal menjadi kunci kesuksesan. Penguasaan pasar internasional dapat membuka peluang ekspansi.

4.) Mengelola Risiko dengan Bijak

Pemahaman yang baik tentang risiko, termasuk perubahan kebijakan perdagangan dan fluktuasi mata uang, serta rencana mitigasi risiko, akan membantu menjaga keberlanjutan bisnis.

3.2 Strategi Pemasaran Busana Muslim di Pasar Klewer

Untuk pemasaran busana Muslim di Pasar Klewer, Anda dapat menerapkan beberapa strategi yang dapat menarik perhatian konsumen. Berikut strategi yang diterapkan oleh pasar klewer :

3.2.1 Pemilihan Stand dan Tampilan Menarik

Pilih lokasi stand yang strategis dan menarik di Pasar Klewer. Desain tampilan stand Anda dengan menonjolkan keunikan dan kualitas busana Muslim yang ditawarkan.

3.2.2 Promosi Khusus Pasar Tradisional

Lakukan promosi khusus untuk pasar tradisional. Misalnya, diskon khusus bagi pembeli setia, atau tawarkan paket harga menarik untuk pembelian dalam jumlah tertentu.

3.2.3 Penekanan pada Kualitas dan Kreativitas

Tekankan pada kualitas produk dan kekreatifan desain. Busana Muslim yang berkualitas tinggi dan memiliki desain unik cenderung menarik perhatian konsumen.

3.2.4 Penawaran Khusus Selama Musim Tertentu

Tawarkan penawaran khusus selama musim tertentu atau acara keagamaan. Ini dapat menciptakan dorongan belanja ekstra dari konsumen.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan terkait pengembangan bisnis busana Muslim di Pasar Klewer, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis memainkan peran penting dalam pengelolaan usaha di industri busana Muslim. Nilai-nilai etis, seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab sosial, tercermin dalam kebijakan perusahaan dan pengambilan keputusan strategis di Pasar Klewer. Selain itu, strategi pemasaran busana Muslim di Pasar Klewer juga memerlukan pemilihan stand dan tampilan menarik, promosi khusus pasar tradisional, penekanan pada kualitas dan kreativitas, serta penawaran khusus selama musim tertentu. Dengan demikian, pengembangan bisnis busana Muslim di Pasar Klewer memerlukan pendekatan yang terintegrasi, menganalisis data kuantitatif yang memengaruhi strategi bisnis, serta penerapan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik perhatian konsumen..

4.2 Saran

Ada baiknya usaha bidang fashion seperti Busana Muslim ini terus berkembang dan berinovasi, untuk itu diperlukan wadah yang dapat menampung ide-ide bagus yang ada. Tetapi dalam berinovasi harus tetap mengutamakan standar kualitas konsumen.

Daftar Pustaka

- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta)
- Thoyib, Armanu, 2005, Hubungan Kepemimpinan, Budaya, Strategi, dan Kinerja : Pendekatan Konsep, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Universitas Kristen Petra, Surabaya,
- Pratantia Aviatri, Ayunda Putri Nilasari “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang*” *ACCOUNTHINK : Journal of Accounting and Finance* (2021)
- Kanaidi, 2015, Koperasi dan UMKM (tantangan dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan), Divisi Buku Manajemen Bisnis & pemasaran Politeknik Pos Bandung, Bandung.
- Masmunah., Dyah Puspitasari., and Ade Irawan., 2019, Analisis Kelayakan Usaha Busana Muslim Melalui Aspek Teknis Pemasaran dan Finansial di UMKM MOMA LIBAS TAQWA JITMI Vol.2 No.2
- Anggun Nur Azizah., Iskandar Zulkarnaen., Solihin., Paduloh., 2020, Analisis Studi Kelayakan Bisnis Fashion Muslimah “Galery Amanah” menggunakan Pendekatan Business Process Management (BPM) *Jurnal Jaring Saintek (JJST)* Vol.2, No.2, Vol 2020 pp. 1-14
- Sulastri, L. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis untuk Wirausaha*. LaGood’s Publishing Group
- Danang, S. (2012). *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
<https://macambusanaid.blogspot.com/2017/10/pengertian-busana.html?m=1> Diakses tanggal 18 Desember 2023