

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern saat ini, perkembangan dalam bidang industri fashion berkembang pesat. Para desainer pun sudah berkembang di kancah dunia terutama di bidang fashion muslim. Seperti yang kita ketahui, bahwa fenomena trend fashion muslim akhir-akhir ini tentunya sangat berpengaruh besar pada perkembangan bisnis busana muslim. Melonjaknya trend tersebut pada kalangan masyarakat membuat berbagai merek terus bermunculan. (Galang, 2015)

Tak heran, jika masyarakat saat ini sangat menggemari trend fashion muslim tersebut. Seluruh kalangan terutama kalangan remaja sangat minat untuk membeli baju muslim. Tak hanya itu, fashion muslim ini pun terus memodifikasi produknya seiring dengan perkembangan zaman.

Melihat lingkungan sekitar, banyak perempuan yang mengenakan pakaian muslimah. Mereka mengenyakannya tak hanya dalam konteks keagamaan saja, tetapi juga di ruang publik, kantor, kampus dan mall. Dibandingkan dengan kondisi 1990-an, dimana perempuan muslimah mengenakan pakaian muslimah pada kegiatan tertentu saja, meskipun ada tetapi jarang sekali terlebih pada remaja putri.

Ada banyak perbedaan busana muslim di Indonesia dengan pusat negara islam di Arab, tentunya ada faktor yang mempengaruhinya. Hal tersebut memunculkan dampak visualisasi fashion muslim di Indonesia yang memiliki gaya dan ciri khas tersendiri seiring dengan bagaimana perjalanan fashion muslim hingga sampai di tahap sekarang ini. (Amanatul, 2013)

Batas-batas kategori fashion muslim sekarang ini telah banyak memiliki pelebaran makna. Dalam etika muslim, busana merupakan sebagai alat-alat penutup pada bagian tertentu dalam tubuh manusia, kemudian desain busana dan fashion menjadikan elemen pembantu dalam menambah nilai keindahan.

Trend fashion muslim pun memiliki pergeseran fenomena yang sangat menonjol dalam konteks budaya di Indonesia sendiri. Menunjukkan bahwa identitas kita sebagai orang muslim tidak lagi dicirikan sebagai fanatisme Islam semata. Cara berpakaian tersebut disesuaikan dengan karakter masing-masing yang menjadi ciri khas tersendiri. Adab berpakaian seorang muslim sebagai wujud atas ketakwaan dan perintah kepada Allah SWT telah tercantum di dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 26 yang berbunyi :

يٰۤاٰدَمُ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُؤْرِي سَوْءَۤاٰتِكُمْ وَرِيۤشًا طَيِّبًا وَلِبَاسُ التَّقْوٰى ذٰلِكَ خَيْرٌ ۗ ذٰلِكَ
مِنْ اٰيٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُوْنَ

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 sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.” (QS. Al Araf: 26)

Allah SWT menyeru kepada anak cucu Adam dan memberi peringatan terhadap nikmat yang telah dianugerahkan-Nya supaya mereka tidak bermaksiat dan senantiasa bertakwa kepada Allah SWT.

Berdasarkan HR Abu Daud tentang berpakaian sebagai berikut:

عَنْ أَبِي الْأَخْوَصِ عَنْ أَبِيهِ قَالَ أَتَيْتُ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فِي ثَوْبٍ دُونَ فَقَالَ أَلَيْكَ مَالٌ
قَالَ نَعَمْ قَالَ مِنْ أَيِّ الْمَالِ قَالَ قَدْ آتَانِي اللَّهُ مِنَ الْإِبِلِ وَالْعَنَمِ وَالْحَيْلِ وَالرَّقِيقِ قَالَ فَإِذَا آتَاكَ
اللَّهُ مَالًا فَلْيُرْ أَنْزَلَ نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكَ وَكَرَامَتِهِ. (رواه أبو داود)

Artinya : *“Dari Abu Al Ahwash dari Bapaknya ia berkata, “Aku mendatangi Nabi shallallahu ‘alaihi wasallam dengan baju yang lusuh. Maka beliau bertanya: “Apakah engkau mempunyai harta?” Ia menjawab, “Ya.” beliau bertanya lagi: “Harta apa saja?” ia menjawab, “Allah telah memberiku unta, kambing, kuda dan budak.” Beliau bersabda: “Jika Allah memberimu harta maka tampakkanlah wujud dari nikmat-Nya dan pemberian-Nya itu pada dirimu.”*

Dan dalam hal ini manusia berada di dua sisi dan pertengahan, satu kaum terlalu menekan dirinya dan terlalu berhemat, entah karena alasan agama (menurut persangkaan mereka) atau karena memang bakhil. Dan kaum yang satu lagi berlebih-lebihan dan melampaui batas.

Menurut data yang ada di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil, pada tahun 2023 jumlah penduduk yang beragama Islam di Kota Bandung ada sebanyak 2.357.239 jiwa. Dalam hal ini artinya penduduk di Kota Bandung mayoritas beragama Islam. (Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Bandung, 2023)

Dalam hal ini, dapat berpengaruh terhadap pola hidup masyarakat di Kota Bandung sebagai penduduk yang mayoritasnya beragama islam untuk wajib menutup auratnya dengan busana muslim agar dapat memberikan kesempatan untuk membuka bisnis bagi para pengusaha yang terjun di bidang busana muslim.

Saat ini telah banyak brand terkenal khususnya di Kota Bandung sendiri dan semakin banyak pula *store* nya seperti Zoya, Rabbani, Elzatta, Samase, Famouscraft Attire, NaKamoe, Azzura dan masih banyak lagi brand fashion muslim terkenal yang dapat memicu terjadinya persaingan demi tercapainya suatu target penjualan di perusahaan.

Pada *local brand* saat ini yang sedang banyak digandrungi semua orang yakni nya fashion muslim dengan Brand Rabbani. Rabbani ini sendiri merupakan perusahaan dalam bidang retail busana muslim dengan tagline Professor Kerudung Indonesia.

Dengan adanya fakta perkembangan di dunia industri busana, yang mana pada saat ini busana muslim menjadi trend di dunia fashion Indonesia. CV. Rabbani Asysa merupakan Perusahaan garmen yang bergerak dalam bidang retail busana muslim dengan merek dagang Rabbani. CV. Rabbani Asysa, semenjak berdirinya pada tahun 1994 hingga saat ini masih mampu bertahan sebagai salah satu perusahaan kerudung yang terbesar di Indonesia. CV. Rabbani Asysa, yang telah berdiri selama 18 tahun terus berkembang, baik dari segi inovasi produk yaitu dengan memproduksi produk yang mengikuti perkembangan zaman akan tetapi tetap syar'i. CV. Rabbani Asysa (Rabbani) saat ini memiliki 141 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia dan luar negeri untuk memasarkan produknya. (Yuniati et al., 2013)

Rabbani menjadi salah satu brand yang banyak digemari oleh semua kalangan. Produk Rabbani dijual juga sangat bervariasi, bukan hanya untuk para kalangan wanita saja, tetapi juga dari kalangan anak-anak maupun pria. Di Rabbani

sendiri produk yang paling banyak diminati atau menjadi *best seller* yakni kerudung instan yang mana kerudung ini banyak dicari oleh kalangan pelajar karena cara pakainya yang praktis. Selain itu, kerudung instan Rabbani ini sendiri memiliki banyak ukuran dan merek kerudungnya. Kerudung instan ini sendiri selain gampang ditemui juga bahan yang digunakan tentunya sangat nyaman ketika dipakai. Rabbani merupakan salah satu brand yang memiliki nama cukup besar di bidang fashion muslim Indonesia, sehingga selalu menempati peringkat pertama di *Top Brand Index*, hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 1. 1 Top Brand Busana Muslim

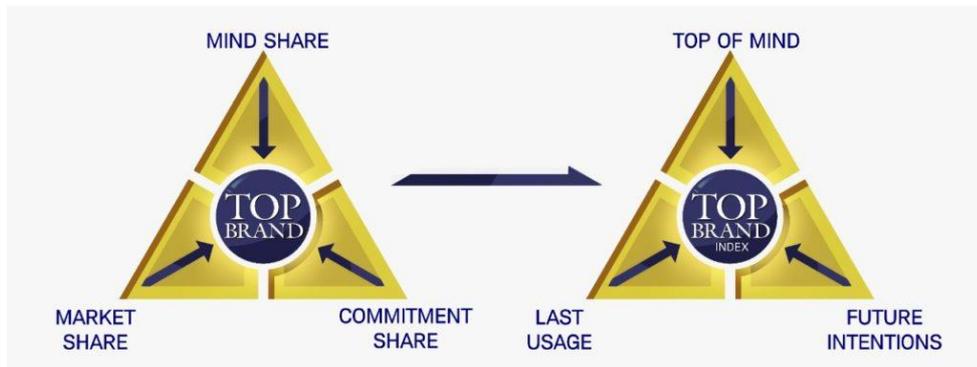
No	Merek	TBI
1.	Rabbani	25.30%
2.	Zoya	19.60%
3.	Attena	7.80%
4.	Azka	7.60%
5.	Almadani	6.60%

Sumber : www.topbrand-award.com

TBI (*Top Brand Index*) merupakan salah satu penilaian terhadap suatu produk atau jasa. Survei Top Brand dilakukan secara independen oleh Frontier Research sejak tahun 2000. Dengan pengalaman selama kurang lebih 19 tahun, survei ini telah dipercaya oleh para pemilik merek dan pelanggan di Indonesia. Ada tiga kriteria yang digunakan dalam mengukur performa merek sebagai acuan untuk

Top Brand. Ketiga parameter itu adalah *Mind Share*, *Market Share* & *Commitment Share*.

Gambar 1. 1 Parameter Top Brand Index



Sumber : www.topbrand-award.com

1. *Mind Share* menunjukkan kekuatan merek dalam memposisikan diri dalam benak pelanggan di kategori produk tertentu.
2. *Market Share* menunjukkan kekuatan merek dalam pasar dan berkaitan erat dengan perilaku pembelian pelanggan.
3. *Commitment Share* menunjukkan kekuatan merek dalam mendorong pelanggan untuk membeli kembali di masa mendatang.

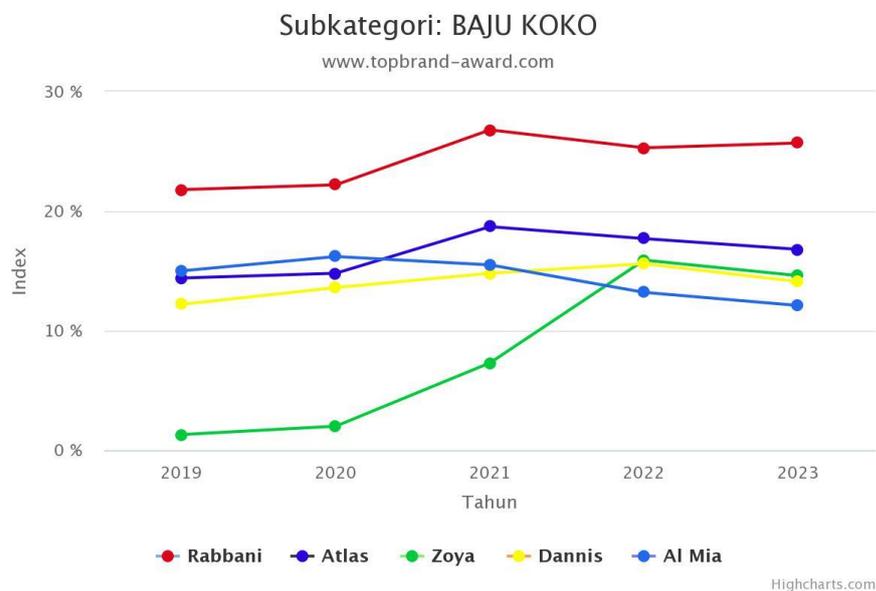
Hasil dari penilaian ketiga kriteria ini kemudian diolah menjadi Top Brand Index (TBI) dengan cara menghitung rata-rata terbobot masing-masing parameter. Top Brand Award kemudian diberikan kepada sebuah merek apabila mereka memiliki dua kriteria berikut :

1. Memiliki Top Brand Index minimum 10%
2. Menurut hasil survei, merek tersebut menempati posisi tiga teratas dalam kategori produk

Kedua kriteria ini harus dipenuhi oleh sebuah merek untuk dapat menyandang predikat Top Brand. Perlu diketahui per kategori produk bisa terdapat lebih dari satu merek yang meraih predikat Top Brand (maksimal tiga merek).

Berikut ini adalah gambaran mengenai hasil komparasi brand Rabbani dari tahun 2019 – 2023 pada Top Brand Award Fashion Muslim :

Gambar 1. 2 Diagram Hasil Komparasi Brand Rabbani Dari Tahun 2019 – 2023



Sumber : www.topbrand-award.com

Tabel 1. 2 Tabel Hasil Komparasi Brand Rabbani Dari Tahun 2019 – 2023

No	Nama Brand	2019	2020	2021	2022	2023
1.	Rabbani	21.80%	22.20%	26.80%	25.30%	25.70%
2.	Atlas	14.40%	14.80%	18.70%	17.70%	16.80%
3.	Zoya	1.30%	2.00%	7.30%	15.90%	14.60%
4.	Dannis	12.20%	13.60%	14.80%	15.60%	14.10%
5.	Al Mia	15.00%	16.20%	15.50%	13.20%	12.10%

Sumber : www.topbrand-award.com

Berdasarkan tabel diatas terlihat jika di tahun 2020 *Index Market Share* Rabbani mengalami peningkatan signifikan sebesar 22.20% dibandingkan dari tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 0.4%, tetapi disusul kembali pada tahun 2021 yang mengalami kenaikan yang drastis yakni nya 26.80%. Lalu di tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 1.5% dan mengalami sedikit kenaikan di tahun 2023 sebesar 25.70%. Dari fenomena ini dijelaskan bahwa Rabbani mengalami penurunan di tahun 2019, namun diperbaiki kembali dengan persentasi yang sangat tinggi dari keseluruhan tahun yakni nya di tahun 2021.

Rabbani terus berusaha memberikan inovasi pada kepuasan pelanggannya, ialah untuk terus mempertahankan kualitas produknya yaang bisa dilihat dari bahan yang digunakan, yaitu bahan berjenis kaos dan lembut sehingga mudah menyerap keringat tetapi sedikit sensitif dalam merawatnya, keandalan kerudung Rabbani juga dapat dilihat dari kualitas jahitan yang sangat bagus dan tidak mudah rusak serta sobek, sehingga membuat konsumen terasa nyaman menggunakan kerudung Rabbani, memiliki model yang sangat sederhana sehingga tidak terlalu ruwet dan cocok digunakan di berbagai event maupun acara. Serta warna produknya yang terus melakukan perbaikan. Rabbani berusaha untuk mengikuti trend, tetapi masih belum bisa mengikuti trend yang sedang populer saat ini di masyarakat. Rabbani tidaak terlalu banyak melakukan perubahan model dan desain pada produknya, karena sudah mempunyai pakem tersendiri dalam desainnya.

Gambar 1. 3 Rabbani Kerudung Instan



Sumber: www.rabbani.co.id

Selain menjual kerudung instan, Rabbani juga menjual berbagai kebutuhan anak-anak, wanita hingga pria seperti kerudung, gamis, Tshirt muslimah, koko, kemko, manset, dan lain-lain.

Tabel 1. 3 Produk dan Harga di Rabbani

No	Nama Produk	Kisaran Harga
1.	Gamis Dewasa	Rp. 186.450 – Rp. 224.950
2.	Bawahan	Rp. 129.500 – Rp. 153.230
3.	Koko	Rp. 123.046 – Rp. 261.030
4.	Sarung	Rp. 83.930 – Rp. 143.200
5.	Kerudung	Rp. 22.946 – Rp. 130.746
6.	Mukena	Rp. 200.200 – Rp. 291.830

Sumber : www.rabbani.co.id

Dari daftar harga yang terlihat di tabel 1.3 bahwa produk Rabbani masuk ke dalam kategori harga yang lumayan cocok di semua kalangan. Bisa dibandingkan

dengan *brand* yang lain membrandrol dengan harga yang hampir sama, dengan harga minimal yang ditawarkan lebih tinggi dari Rabbani.

Kompetensi yang kian kencang harus menuntut sebuah perusahaan dalam memilih merek. Kebanyakan konsumen memiliki pengaruh psikologis yang sama. Karena produk yang telah diputuskan akan dibeli oleh konsumen merupakan produk yang sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. (Auliyana, 2020)

Penelitian yang dilakukan oleh Faridatun Najiah dengan judul penelitian “*Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Muslim*” yang menjelaskan bahwa fashion muslim ini memiliki pengaruh penting dalam meningkatkan *purchase decision* yang mana minat dalam pembelian fashion muslim ini dipengaruhi oleh citra merek itu sendiri (Najiyah et al., 2021).

Penelitian menurut Sinambela dengan judul penelitian “*Studi Tentang Citra Toko, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian di Toko Busana Muslim*” yang mana dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa citra toko, gaya hidup dan keputusan pembelian busana muslim sangat berkaitan tentang daya minat pembelian konsumen (Sinambela & Widyawati, 2021). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Zayyan Atima Dayyana dan Siti Sarah dengan judul penelitian “*Pengaruh Lifestyle, Brand Awareness dan Design Terhadap Minat Beli Pada Busana Muslim Shafa Marwa di Kota Bandung*” yang mana dari penelitian tersebut menjelaskan tentang pengaruh gaya hidup, pengenalan sejauh mana konsumen terhadap busana muslim dan model busana muslim itu sendiri (Semuel & Setiawan, 2018).

Dari beberapa penelitian sebelumnya, yang berkaitan dengan gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian fashion muslim. Maka dari itu penulis

tertarik untuk meneliti tentang bagaimana pengaruh *brand awareness* terhadap minat pembelian fashion muslim. Berdasarkan dari uraian tersebut, peneliti mengambil judul “**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN *HALAL LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BUSANA MUSLIM RABBANI DI KOTA BANDUNG**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, peneliti menyimpulkan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk busana muslim Rabbani di Kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh *halal lifestyle* terhadap keputusan pembelian produk busana muslim Rabbani di Kota Bandung.
3. Apakah variabel *brand awareness* dan *halal lifestyle* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk busana muslim Rabbani di Kota Bandung.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk busana muslim Rabbani di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh *halal lifestyle* terhadap keputusan pembelian produk busana muslim Rabbani di Kota Bandung.

3. Untuk mengetahui variabel *brand awareness* dan *halal lifestyle* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk busana muslim Rabbani di Kota Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari adanya hasil penelitian ini terbagi menjadi beberapa manfaat, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk busana muslim. Penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman bagaimana *brand awareness* dan *halal lifestyle* dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, penelitian ini dapat melengkapi dan memberikan wawasan baru dari penelitian sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan kepada penulis dan pembaca terutama konsumen Rabbani Kota Bandung tentang *brand awareness* dan *halal lifestyle*. Diharapkan karya ilmiah ini dapat memberikan informasi kepada pembaca yang tertarik pada produk busana muslim.