

**PENGARUH MASYARAKAT ISLAM DALAM  
PERTUMBUHAN EKONOMI  
Analisis Industri Fesyen Muslim**

**Ari Widiyawati**

STAIN Kudus, Jawa Tengah, Indonesia

Ari.widiya90@gmail.com

**Abstrak**

Industri kreatif berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satu industri kreatif yang berperan besar dalam peningkatan perekonomian Indonesia adalah industri fesyen muslim. Industri fesyen muslim dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, tidak hanya di dalam negeri saja namun fesyen muslim Indonesia telah dikenal hingga manca negara dan menduduki pasar global. Berdasarkan data Organisasi Konferensi Islam (OKI), di tahun 2016 ekspor fesyen muslim Indonesia berada di peringkat ketiga setelah Bangladesh dan juga Turki. Selain itu Indonesia menargetkan di tahun 2020 Indonesia akan menjadi pusat fesyen muslim dunia. Perkembangan industri fesyen muslim yang sangat pesat tentu tak lepas dari partisipasi masyarakat Islam. Partisipasi masyarakat Islam dalam industri fesyen muslim telah meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai ekspor. Selain itu industri fesyen muslim menyerap banyak tenaga kerja di tengah pengangguran yang kian meningkat, menciptakan lapangan kerja baru, menggerakkan sektor ekonomi lain, dan meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup.

**Kata kunci :** Masyarakat Islam, Pertumbuhan Ekonomi, Fesyen Muslim

## **A. Pendahuluan**

Pertumbuhan ekonomi menjadi indikator penting dalam mengukur perkembangan suatu negara. Menurut Robert Lukas dalam (Nenny, 2008: 148) kekuatan yang menggerakkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi disuatu negara dapat dilihat dari tingkat produktifitas dan tingkat kreatifitas masyarakatnya. Hal ini dikarenakan orang yang kreatif mereka akan memanfaatkan ketrampilan, melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta yang pada akhirnya akan produktif dalam hal menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui kreatifitas individu tersebut. Bentuk kreatifitas ini dapat dijalankan melalui industri kreatif.

Industri kreatif diyakini sebagai sektor unggulan yang dapat memimpin sektor-sektor lain dalam sebuah perekonomian menuju kemajuan. Industri kreatif memiliki potensi yang lebih unggul atau manfaat yang lebih banyak bila dibandingkan dengan sektor lain. Hal ini disebabkan industri kreatif tidak hanya memberikan kesejahteraan bagi orang yang menjalankan namun juga dapat menciptakan peluang kerja baru, menggerakkan sektor usaha lain, dan menyerap banyak tenaga kerja.

Industri kreatif terdiri dari empat belas subsektor yang layak dikembangkan di Indonesia yaitu periklanan, penerbitan dan percetakan, televisi dan radio, film, video, dan fotografi, music, seni pertunjukan, arsitektur, fesyen, kerajinan, desain, pasar barang dan seni, permainan interaktif, layanan computer dan piranti lunak, serta penelitian dan pengembangan (Yulia, 2013: ix). Industri kreatif berpotensi memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi karena terdapat kreatifitas yang tiada henti.

Deputi riset, edukasi, dan pengembangan badan ekonomi kreatif, Abdur Rohim Boy Berawi mengungkapkan bahwa industri kreatif telah menyumbang 642 triliun atau sebesar 7,05 persen dari total produk domestik bruto Indonesia. Kontribusi terbesar terdapat pada industri kuliner, dan yang kedua pada fesyen yakni sebesar 27,9 persen. Selain menyumbang pada produk domestik bruto industri kreatif merupakan sektor yang banyak menyerap tenaga kerja, dengan kontribusi mencapai 11,8 juta orang. Jika diakumulasikan secara keseluruhan baik dari kontribusi

pada PDB dan penyerapan tenaga kerja industri kreatif subsektor fesyen memiliki kontribusi terbesar yakni 32,3 persen. Dan dari 750 ribu industri fesyen yang ada di Indonesia, 30 persennya merupakan industri fesyen muslim (Tempo, Maret: 2016).

Pada bulan Agustus tahun 2016, Indonesia menjadi tuan rumah dalam acara *World Islamic Economic Forum* (WIEF) yang ke-12. WIEF merupakan lembaga nirlaba yang menjadi wadah bisnis berkelas dunia yang memberi kesempatan bisnis di dunia muslim. Visi dari WIEF adalah mengeksplorasi dan mengembangkan usaha mikro dan menengah (UMKM) dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara-negara di seluruh dunia.

Tema pada acara tersebut adalah desentralisasi pertumbuhan, memberdayakan bisnis masa depan. Dari beberapa yang dibahas diantaranya terkait pengembangan industri halal yang akan meningkatkan kerja sama dan investasi diantara negara Islam dan fesyen desain Islam. Acara tersebut dimanfaatkan Indonesia untuk mengembangkan industri busana muslim. Indonesia telah menargetkan pada tahun 2020, Indonesia akan menjadi pusat fesyen muslim dunia. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia sangat berpotensi menjadi kiblat fesyen muslim dunia. Hal ini juga didukung oleh tersedianya bahan baku yang melimpah dan iklim kreatif industri fesyen muslim yang sangat kondusif.

Begitu besarnya industri fesyen muslim Indonesia tentu tak lepas dari partisipasi masyarakat muslim itu sendiri. Masyarakat muslim kini lebih pintar dalam melihat peluang dan meningkatkan kreatifitasnya dengan berbisnis fesyen muslim. Telah banyak anak-anak muda, ibu-ibu rumah tangga yang mengambil kesempatan untuk berwirausaha. Mereka tidak hanya meningkatkan perekonomian pribadi, tetapi menjadi bagian dalam menciptakan peluang kerja, serta berkontribusi di dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Jurnal ini disusun untuk mengetahui peran serta masyarakat Islam melalui pengembangan industri fesyen muslim yang akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

## **B. Pembahasan**

### **1. Partisipasi Masyarakat Islam**

Partisipasi masyarakat Islam mengandung dua konsep yakni partisipasi dan masyarakat Islam. Untuk dapat memahami secara menyeluruh, disini akan diuraikan satu per satu. Partisipasi dapat diartikan sebagai peran serta atau ambil bagian. Menurut Mubyarto dalam (Taliziduhu, 1987: 102) mendefinisikan partisipasi sebagai kesediaan untuk membantu berhasilnya setiap program sesuai kemampuan setiap orang tanpa berarti mengorbankan kepentingan diri sendiri.

Menurut Mardikanto dan Soebiato (2013: 91) syarat tumbuhnya partisipasi masyarakat dalam pembangunan dipengaruhi oleh tiga unsur, diantaranya:

1. Adanya kesempatan yang diberikan oleh masyarakat. Beberapa kesempatan yang dimaksud disini diantaranya
  - a. Kemauan politik dari penguasa untuk melibatkan masyarakat dalam pembangunan
  - b. Kesempatan untuk memperoleh informasi pembangunan
  - c. Kesempatan memanfaatkan dan memobilisasi sumber daya (alam dan manusia) untuk pelaksanaan pembangunan
  - d. Kemampuan untuk berpartisipasi
2. Adanya kesempatan untuk disediakan atau ditumbuhkan untuk menggerakkan partisipasi masyarakat tidak akan berarti jika masyarakatnya tidak memiliki kemampuan untuk berpartisipasi. Kemampuan berpartisipasi itu diantaranya:
  - a. Kemampuan untuk menemukan dan memahami kesempatan untuk membangun atau pengetahuan tentang peluang untuk membangun dan memperbaiki mutu hidupnya.
  - b. Kemampuan untuk melaksanakan pembangunan yang dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan ketrampilan yang dimiliki
  - c. Kemampuan untuk memecahkan masalah yang dihadapi dengan menggunakan sumberdaya dan kesempatan (peluang) lain yang tersedia secara optimal.

3. Kemauan untuk berpartisipasi. Kemauan untuk berpartisipasi yang didasari oleh sikap mental yang dimiliki oleh masyarakat untuk membangun atau memperbaiki kehidupan. Sikap-sikap itu diantaranya:
  - a. Sikap untuk meninggalkan nilai-nilai yang menghambat pembangunan
  - b. Sikap kemandirian atau percaya diri atas kemampuannya untuk memperbaiki mutu hidupnya.

Selain terdapat syarat tumbuhnya partisipasi, partisipasi juga mempunyai beberapa bentuk. Menurut Ndara (1990:103) bentuk partisipasi diantaranya:

1. Partisipasi dalam atau melalui kontak dengan pihak lain sebagai salah satu titik awal perubahan.
2. Partisipasi dalam memperhatikan atau menyerap dan memberi tanggapan informasi, baik dalam arti menerima (mentaati, memenuhi, melaksanakan), mengiakan, menerima dengan syarat, maupun dalam arti menolaknya.
3. Partisipasi dalam perencanaan pembangunan termasuk pengambilan keputusan
4. Partisipasi dalam pelaksanaan operasional pembangunan
5. Partisipasi dalam menerima, memelihara, dan mengembangkan hasil pembangunan
6. Partisipasi dalam menilai pembangunan yaitu keterlibatan masyarakat dalam menilai sejauh mana pelaksanaan pembangunan sesuai dengan neraca dan sejauh mana hasilnya dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

Partisipasi dalam sebuah pembangunan tak lepas dari aktor yang menjalankan yakni masyarakat. Berkenaan dengan topik ini, masyarakat yang dimaksud adalah masyarakat Islam. Masyarakat Islam ialah sebuah kelompok manusia yang terjaring dalam sebuah kebudayaan Islam yang diamalkan oleh kelompok itu sebagai kebudayaannya (Gazalba, 1976: 126). Kebudayaan tersebut berkenaan dengan nilai-nilai keislaman.

Masyarakat Islam merupakan masyarakat yang berbeda dengan masyarakat lainnya. Umat Islam dituntut untuk memperkuat agama mereka, membentuk kepribadian, serta menjalani kehidupan yang

Islami. Yakni suatu kehidupan yang diarahkan oleh aqidah Islamiyah dan disempurnakan dengan ibadah, dituntun oleh pemahaman yang shahih, terikat dengan moralitas dan adab Islamiyah, serta diwarnai oleh nilai-nilai keislaman.

Islam mengatur tatanan hidup secara sempurna, tidak hanya mengatur masalah ibadah kepada Tuhannya, akan tetapi juga mengatur tentang *muammalah* yaitu hubungan manusia dengan sesamanya, hubungan manusia dengan makhluk lainnya, serta hubungan manusia dengan alam sekitarnya seperti kehidupan sosial budaya, dan ekonomi. Islam memandang penting persoalan ekonomi namun bukan menjadi tujuan akhir, akan tetapi hanya suatu jalan untuk mensejahterakan diri. Karena pada dasarnya setiap manusia memiliki kebutuhan pokok yang wajib terpenuhi. Semua kebutuhan tersebut tidak diperoleh secara gratis melainkan harus disertai dengan usaha untuk mendapatkan atau untuk memenuhinya. Dengan fitrahnya, manusia dituntut untuk senantiasa bekerja dan berusaha agar dapat memenuhi segala kebutuhannya, dan bisamencapai hidup yang mandiri.

Tingkat kemajuan dan kemunduran dalam kegiatan ekonomi (bekerja) di kalangan masyarakat Islam akan sangat terkait dengan kualitas pola pemahaman mereka terhadap etika kerja Islam yang dipahaminya. Dalam perspektif Islam, banyak sekali ditemukan ajaran yang mendorong umatnya untuk melakukan usaha dan bekerja dengan giat untuk memperoleh hasil kerja yang maksimal. Dalam Al-Qur'an telah banyak ayat yang mendorong manusia untuk bekerja mencari rizki, diantaranya dalam surat Al-Jum'ah, ayat 10 yang artinya,

*.... apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.*

Surat diatas mengandung artian bahwa apabila ibadah sholat telah dilaksanakan, maka dipersilahkan untuk melanjutkan aktivitas lagi untuk mencari karunia Allah. Hal tersebut memberikan pengertian bahwa kita tidak boleh malas bekerja karena rizki Allah tidak datang dengan sendirinya. Potensi akal dan pikiran manusia hendaknya menjadi modal utama untuk meningkatkan produktivitas kerja secara inovatif agar hidup lebih sejahtera dan berkualitas.

Perintah untuk bekerja juga terdapat dalam surat An-Naba ayat 11 yang artinya,

*... Dan kami jadikan siang untuk mencari penghidupan.*

Dalam surat tersebut terdapat himbauan bahwa Allah menjadikan siang agar manusia dapat melakukan aktivitasnya untuk mencari upaya penghidupan dengan bekerja. Persamaan arti dari ayat tersebut juga disebutkan di dalam surat Al-Qashshah ayat 73,

*... .. Dia jadikan untukmu malam dan siang, supaya kamu beristirahat pada malam hari dan supaya kamu mencari sebagian karunia-Nya (pada siang hari) dan agar kamu bersyukur kepadanya.*

Allah menciptakan siang hari agar manusia senantiasa mencari karunia Allah dengan melakukan aktivitas bekerja, dan malam harinya agar manusia dapat tenang dan beristirahat. Kedua waktu tersebut merupakan rahmat dari Allah yang tidak boleh disia-siakan.

Selain dalam ayat Al-Quran perintah untuk bekerja juga terdapat dalam peribahasa Islam, diantaranya:

1. Bekerjalah untuk duniamu seakan-akan kamu akan hidup selamanya dan bekerjalah untuk akhiratmu seakan-akan engkau akan mati besok
2. Tangan di atas lebih mulia dari pada tangan dibawah
3. Nyaris kemiskinan itu membawa kepada kekufuran dan langit tidak menurunkan hujan emas dan perak (Sriharini, 2006: 125)

Agama Islam sebagai *rahmatan lil alamin* sebagai konsep ideal di dalam nilai-nilai ajaran Islam. Manusia memerlukan agama sebagai pedoman dalam bertindak. Adanya kebutuhan manusia terhadap agama telah memposisikan agama sebagai jembatan menuju sukses dunia maupun akhirat. Al-quran dan Al-Hadist merupakan panutan ummat Islam dalam bertindak. Hampir semua kegiatan diatur di dalam kitab tersebut, tak terkecuali dalam berwirausaha. Di dalam hadis riwayat Al-Bazzar Rasulullah ditanya oleh para sahabat (Abdurrahman, 2013: 146):

*“pekerjaan apakah yang paling baik, ya Rasulullah? Rasulullah menjawab, “seseorang bekerja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang bersih”*

Ayat tersebut menunjukkan bahwa berwirausaha merupakan salah satu pekerjaan yang baik. Nabi Muhammad sebagai figur wirausahawan

yang patut dicontoh oleh umat Islam. Beliau seorang pekerja keras dimana semenjak umur 12 tahun, nabi telah melakukan kegiatan wirausaha. Keteladanan beliau dalam berdagang menjadi contoh para sahabatnya. Rasulullah SAW merupakan pembisnis yang jujur dan adil dalam membuat perjanjian bisnis. Beliau tidak pernah membuat para pelanggannya mengeluh. Ia sering menjaga janjinya dan menyerahkan barang-barang yang dipesan dengan tepat waktu. Nabi Muhammad senantiasa menunjukkan rasa tanggung jawab yang besar dan integritas yang tinggi dalam berbisnis. Prinsip-prinsip itulah yang bisa dijadikan teladan bagi para umat muslim yang berwirausaha.

Adapun Rusma Hakim dalam (Machendrawati dan Safei, 2001: 49) mengemukakan sejumlah nilai positif bagi mereka yang menjalani wirausaha adalah *Pertama*, mereka tidak tergantung kepada ada atau tidaknya lowongan kerja, karena mereka sendirilah yang membukal lapangan kerja. *Kedua*, wirausahawan tidak diperintah oleh orang lain, ia bisa “boss” bagi orang lain atau menjadi “boss” bagi dirinya sendiri. *Ketiga*, wirausahawan memiliki peluang penghasilan yang tak terbatas. *Keempat*, wirausahawan mengatur diri sendiri jam kerja, liburan, besar penghasilannya dan sebagainya. *Kelima*, mempunyai wawasan dan pergaulan yang luas. *Keenam*, bisa mengembangkan gagasan sepenuhnya, tanpa mendapat hambatan yang berarti dari pihak lain. *Ketujuh*, bisa langsung sibuk bekerja.

## **2. Industri Fesyen Muslim**

Industri kreatif merupakan kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Menurut Departemen Perdagangan RI tahun 2007 industri kreatif berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Nenny, 2008: 149).

Industri kreatif di Indonesia memiliki 14 subsektor yang dapat dilihat rinciannya sebagai berikut,



1. Periklanan	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan yang meliputi: perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruangan, produksi material iklan, promosi kampanye relasi public, tampilan iklan di media cetak dan elektronik, pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamphlet, edaran, brosur dan reklame, distribusi dan <i>delivery advertising materials</i> , penyewaan kolom untuk iklan, segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan melalui media, presentasi dari produk, ide atau organisasi untuk membujuk individu agar tertarik untuk membeli, mendukung atau sepakat atas suatu hal.
2. Arsitektur	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan mendesain bangunan dan informasi produksi antara lain : arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, dokumen lelang, dll.
3. Pasar seni dan barang antik	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan perdagangan, pekerjaan, produksi antic dan hiasan melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet.
4. Kerajinan	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan distribusi produk kerajinan. Antara lain barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, aksesoris, pandai emas, perak, kayu, kaca, porselin, kain, marmer, kapur, dan besi
5. Desain	Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, interior, produk, industri, pengemasan, dan konsultasi identitas perusahaan
6. Fesyen	Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, desain aksesoris mode, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.
7. Video, Film, dan Fotografi	Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video, film. Termasuk didalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinitron, dan eksibisi film.
8. Musik	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, dan ritel rekaman suara, hak cipta rekaman, promosi music, penulis lirik, pencipta lagu atau music, pertunjukan music, penyanyi, dan komposisi music.
9. Permainan interaktif	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan computer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.
10. Seni pertunjukan	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha yang berkaitan dengan pengembangan konten, produksi pertunjukan, pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, music tradisional, music teater, opera, termasuk tur music etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.

11. Penerbitan dan percetakan	Kegiatan kreatif yang terkkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital, serta kegiatan kantor berita.
12. Layanan computer dan piranti lunak	Kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan computer, pengembangan piranti lunak, integrase system, desain dan analisis system, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak & piranti keras, serta desain portal.
13. Televisi dan Radio	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran, dan transmisi televise dan radio.
14. Riset dan pengembangan	Kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi.

*Sumber:* Dina Mellita, Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper. Pemetaan Industri kreatif.

Fesyen merupakan salah satu dari subsektorindustri kreatif. Fesyen adalah busana, kita sering mengartikan bahwa busana itu pakaian. Padahal,pakaian merupakan sebagian dari busana yang tergolong sebagai busana pokok yang fungsinya untuk menutup bagian tubuh.Lantas apa arti sesungguhnya dari fesyen itu?

Fesyen atau busana berasal daribahasa sansekerta “bhusana” yakni segala sesuatu yang dipakai manusia mulai dari ujung rambut sampai dengan ujung kaki.Busana juga termasuk semua benda yang melengkapi dan menambah keindahan. Jadi busana terdiri dari selendang, topi, jilbab, anting, jepit, kalung, pakaian, sarung tangan, kaus kaki, sepatu, tas, ikat pinggang, dan semua benda yang gunanya menambah keindahan bagi si pemakai seperti bros, gelang, cincin, asesoris-asesoris, dan lain-lain (Yulia, 2013: 1).Industri kreatif fesyen berarti kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, jilbab, desain alas kaki, desain aksesoris, produksi, konsultasi lini produk fesyen, tata rias busana, dan distribusi produk fesyen. Industri busana muslim sendiri merupakan komponen dari ekonomi kreatif subsektor fesyen.

Dunia fesyen berkembang begitu cepat, tak terkecuali dengan busana muslim, khususnya pada muslimah. Media massa terutama televisi turut memainkan peran mempopulerkan hijab sebagai busana modern. Kesadaran akan ajaran Islam untuk menutup aurat menjadikan fesyen

muslim menyesuaikan gaya modern yang lebih *fashionable*. Hal ini menjadi rangsangan tersendiri bagi tumbuhnya perdagangan busana muslim di ranah nasional maupun global.

#### **a. Sejarah Fesyen Muslim di Indonesia**

Sejarah tren fesyen muslim di Indonesia dapat ditilik pada tahun 1996 ketika aktris Inneke Koesherawati memutuskan mengenakan jilbab. Inneke, aktris yang sebelumnya berpredikat negatif tiba-tiba memutuskan untuk berhijab. Meski sempat mengundang kontroversial, keputusan Inneke mengenakan jilbab dapat “diterima” pelaku industri hiburan. Hingga pertengahan tahun 2000an, jilbab terus menunjukkan eksistensi sebagai fesyen muslimah, dan muncul juga tren hijab dari artis-artis lain seperti Zaskia Mecca, Dian Pelangi, Aprilian Jasmine, Dewi Sandra, Lyra Virna, Nuri Maulida, Zaskia Sungkar, dll. Selain tren jilbab dari para artis, kesuksesan film layar lebar yang bergenre religi juga turut memperkenalkan dan menarik masyarakat untuk ikut mengenakan hijab.

Gaya jilbab dan busana muslim yang dikenakan *public figure* sukses dalam menarik masyarakat untuk mengikuti gaya mereka. Kemunculan aneka tren model jilbab mendorong inovasi dan kreativitas para desainer busana muslim untuk merancang jilbab dan pakaian muslim yang lebih modern, namun masih dalam batas koridor Islami.

Penyesuaian gaya hidup modern dengan mempertahankan tradisi Islam telah menggerakkan roda bisnis busana muslim. Semakin banyak wanita muslim yang “terpanggil” kesadarannya untuk mengenakan hijab dalam aktivitas kesehariannya mendorong perkembangan mode, bahan, dan corak jilbab. Kini corak jilbab kian beraneka ragam mulai dari yang polos hingga natural, bahkan mencolok. Begitu pula bahan yang digunakan mulai dari katun, kaos, sutera, *chiffon* dan sebagainya. Jilbab di Indonesia berevolusi mulai dari simbol politik, kontroversi, hingga menjadi busana lazim yang kemudian bertransformasi menjadi bagian dari budaya populer Indonesia (Rusatalogi, 2014).

#### **b. Perkembangan Fesyen Muslim di Indonesia**

Perkembangan industri fesyen di suatu negara mencerminkan perkembangan dari kehidupan masyarakatnya dan sumber daya manusianya. Industri fesyen menjadi roda penggerak ekonomi dengan

keaktivitas tiada henti. Fesyen saat ini menjadi bisnis yang cukup besar dan menjanjikan.

Indonesia memiliki peluang besar untuk menggali potensinya di bidang kreativitas berbasis Islami, termasuk industri fesyen muslim. Perkembangan fesyen muslim di Indonesia sangat pesat dari tahun ke tahun. Dahulu tidak banyak pilihan model busana muslim, namun saat ini justru busana muslim menjadi *trendsetter*. Masyarakat lebih kreatif menciptakan cara baru dalam menutup aurat, memadu-madankan warna, bahan yang lebih variatif, dan desain yang lebih *fashionable*.

Salah satu faktor pendorong perkembangan fesyen muslim adalah munculnya komunitas-komunitas Islam seperti *hijabers community*, *hijabers mom community*, *komunitas hijab hunt family*, *great muslimah*, *syar'i lifestyle*, *Indonesia hijab bloggers*, *hijab speak*, dll. Terdapat pula tutorial-tutorian memakai jilbab yang ada di media massa seperti *facebook*, *google*, dan *youtube*. Serta yang tak kalah ketinggalan majalah-majalah muslim yang membahas tentang fesyen atau mode busana muslim.

Fesyen muslim terus melakukan transformasi dari gaya konservatif menjadi lebih kontemporer yang berjiwa muda. Hijab yang lebih hidup dan berwarna di Indonesia menunjukkan bahwa budaya Islam di Indonesia terbuka pada modernisasi, toleran, menerima perbedaan, dan cinta keragaman. Banyak rancangan yang jauh dari kesan kaku karena mengikuti tren mode terkini dan unsur budaya lokal seperti menggunakan kain batik, songket, dan asesoris-asesoris lokal untuk menunjang penampilan. Model pakaian muslim bukan hanya serba tertutup, garis rancangan busana muslim di Indonesia juga mengedepankan unsur kenyamanan, modis, bahkan menggabungkan unsur etnik. Busana muslim Indonesia lebih *fashionable* dibandingkan negara-negara lain yang sudah terlebih dulu memopulerkannya, seperti timur tengah yang dominan dengan warna hitam.

Indonesia mencanangkan menjadi kiblat fesyen muslim dunia di tahun 2020 mendatang. Hal ini diwacanakan oleh *Indonesia Islamic Fashion Consortium* (IIFC). Selain karena nilai ekspor busana muslim semakin meningkat, dunia luar tampaknya melihat mode di Indonesia sebagai industri yang mudah untuk diikuti. Gaya desain yang dipakai cenderung

dapat diterima oleh seluruh warga negara muslim. Sebab, desain Indonesia lebih netral.

Wacana tersebut tentu tak lepas dari partisipasi masyarakat Islam dalam mempopulerkan fesyen muslim Indonesia. Seperti desainer-desainer muda yang eksistensinya telah diakui dunia Internasional. Desainer-desainer busana muslim yang telah mengharumkan nama bangsa antara lain, Ane Rufaidah, Dian Pelangi, Itang Yunasz, Zaskia Sungkar, Barli Asmara, dll. Pada tanggal 14 Februari 2016, ketiga desainer busana muslim Indonesia Zaskia Sungkar, Barli Asmara, dan Dian Pelangi (ZBD) telah memamerkan busana muslim pada acara Fashion Week di New York. Kegiatan tersebut selain untuk memperkenalkan fesyen muslim Indonesia juga menjadi peluang bagi Indonesia untuk mendapati pasar dunia.

### **3. Partisipasi masyarakat muslim dalam pertumbuhan ekonomi melalui Industri Fesyen Muslim**

Indonesia telah menggagas industri kreatif sejak tahun 1990an. Perkembangan ekonomi kreatif menjadi penting karena merupakan wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas. Industri kreatif memiliki keterkaitan dengan eksplorasi ide atau intelektual menjadi ekonomi tinggi yang dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja. Sasaran program dari industri kreatif ini adalah masyarakat, sehingga memberikan kesempatan kepada seluruh masyarakat untuk ikut andil atau berpartisipasi di dalamnya. Berbagai upaya dan program telah dilakukan pemerintah maupun kementerian perdagangan dan kementerian perindustrian untuk memperkenalkan, mengembangkan, dan meminta masyarakat berpartisipasi di dalam industri kreatif.

Program pembangunan pada industri kreatif memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada masyarakat untuk berpartisipasi. Pemerintah memberikan wadah kepada masyarakat untuk berkreasi, memanfaatkan sumber daya alam yang ada, mengakses informasi, meminjamkan dana, sampai dengan membantu dalam mempromosikan industri kreatif ke public atau masyarakat luas.

Konsep masyarakat Islam adalah kelompok manusia dimana hidupnya terjaring dan mengamalkan kebudayaan Islam. Sehingga salah satu respon masyarakat Islam dalam pengembangan industri kreatif ini yaitu

dengan mengembangkan fesyen muslim. Masyarakat Islam mengambil peluang dalam berbisnis fesyen muslim, mulai dari jilbab, asesoris, pakaian, *hijab stylist* dan semuanya yang berkaitan dengan *tren hijab*.

Dahulu kebanyakan masyarakat yang berhijab adalah dari kalangan orang tua atau bisa disebut orang dewasa, namun saat ini lebih didominasi oleh kalangan anak muda. Tidak hanya menggunakan hijab yang *fashionable* namun banyak dari mereka yang membuat suatu perkumpulan, membuat tutorial hijab di media massa, berwirausaha yang berhubungan dengan hijab, pakaian muslim, aksesoris jilbab dll. Kalau kita mengamati media massa seperti Instagram kita akan tahu bahwa banyak anak muda yang berbisnis tentang fesyen muslim. Tumbuhnya komunitas-komunitas hijab seperti *hijabers Community*, *hijabers Mom*, dan lain-lain sampai diselenggarakannya beragam bazar, peragaan busana muslim, kegiatan hijab *class* di kampus, perusahaan, pengajian, ataupun arisan turut mendukung tumbuhnya bisnis fesyen muslim di Tanah Air.

Dari pengembangan industrifesyen inilah, masyarakat Islam telah berpartisipasi dalam pertumbuhan ekonomi diantaranya

#### **a. Meningkatkan Pertumbuhan ekonomi dari kegiatan ekspor**

Data dari kementerian perdagangan ekspor fesyen muslim Indonesia per Januari 2016 telah mencapai US\$374 juta. Menurut dirjen industri kecil dan menengah dari 750 ribu industri kecil dan menengah yang ada di Indonesia, 30 persennya merupakan industri fesyen muslim. Berdasarkan data Organisasi Konferensi Islam (OKI), saat ini ekspor fesyen muslim Indonesia berada di peringkat ketiga dengan nilai US\$7,18 miliar, setelah Bangladesh senilai US\$ 22 miliar dan Turki senilai US\$ 14 miliar. (Sumber kementerian perdagangan RI, Warta Ekspor. Ditjen PEN/WRT/31/IV/2015 edisi April).

Dari data tersebut tentu dapat dilihat bahwa industri fesyen muslim sangat berkontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi negara. Industri fesyen muslim meningkatkan pendapat negara dengan kegiatan ekspor yang berarti berperan aktif dalam perdagangan internasional. Selain itu industri fesyen muslim juga mampu meningkatkan citra dan identitas bangsa dalam pergaulan internasional.

## **b. Menciptakan lapangan kerja dan peluang kerja baru**

Industri fesyen muslim yang kian berkembang dan diminati oleh banyak orang saat ini tidak hanya dijalankan secara konvensional melalui toko ataupun outlet saja. Banyak bermunculan pembisnis atau wirausaha busana muslim yang dijalankan secara *online*. Pola pemasaran mereka dilakukan melalui jejaring sosial seperti *Facebook, Instagram*, dan juga melalui *line, bbm*, serta *whatsapp*. Perdagangan melalui *e-commerce* memiliki banyak manfaat yakni mempermudah masyarakat dalam memulai bisnis baru, karna dalam bisnis online tidak memerlukan modal dan biaya besar untuk membuat usaha. Selain itu akan meningkatkan perdagangan, dimana masyarakat dapat berbelanja dengan mudah, penjualan terjadi tanpa batas waktu, dan terjadi kecepatan dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Peluang bisnis sebagai turunan industri fesyen muslim juga bermunculan. Salah satunya adalah *hijab stylist*. Sesuai namanya, *hijab stylist* menerima layanan tata rias busana muslim sesuai keinginan klien. Bisnis ini banyak dikelola oleh kaum perempuan. Sehingga seorang ibu yang hanya menjadi IRT berpeluang untuk menjalankan bisnis ini.

## **c. Menyerap banyak tenaga kerja ditengah pengangguran yang kian meningkat**

Fesyen muslim merupakan industri yang tidak akan mati karena bersifat dinamis, mengikuti *tren* dan perkembangan zaman, selain itu juga melibatkan milyaran orang didalamnya. Industri fesyen muslim merupakan industri yang melibatkan berbagai pihak mulai dari *desainer*, tenaga kerja yang memproses bahan baku, penjahit, desain produksi, distributor, dll. Melibatkan banyak pekerja dengan berbagai keahlian dan bakat sehingga tentu akan banyak menyerap tenaga kerja.

## **d. Menggerakkan sector ekonomi lain**

Industri fesyen muslim yang kian berkembang tentu akan menggerakkan sektor usaha lain. Pembuatan busana muslim tentu memerlukan bahan baku sehingga dapat menggerakkan industri tekstil. Perlu ada kerja sama dengan industri tekstil terkait dengan bahan baku yang harus selalu tersedia serta pemesanan bahan sesuai dengan selera bahan atau motif yang diinginkan oleh pembisnis fesyen muslim. Selain itu

pesatnya tren hijab maka sektor lain yang turut diminati oleh masyarakat Islam adalah kosmetik, salon muslim, sekolah mode, dan lain-lain.

#### **e. Meningkatkan kualitas hidup**

Bisnis fesyen muslim tidak hanya memberi kesejahteraan bagi para pengembangnya saja, namun karena yang terlibat di dalam industri fesyen muslim ini sangat banyak, maka semua yang terlibat dalam industri ini sudah tentu mendapatkan kesejahteraan dan meningkatkan kualitas hidup mereka. Selain itu perkembangan fesyen muslim yang sangat dinamis memberikan peluang usaha sampingan kepada para wanita untuk berbisnis online. Sehingga mereka bisa meningkatkan kualitas hidup dengan adanya tambahan pendapatan dari bisnis tersebut.

### **C. Simpulan**

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia salah satunya didukung oleh industrifesyen muslim, dimana nilai ekspor fesyen muslim Indonesia per Januari 2016 telah mencapai US\$374 juta. Berdasarkan data Organisasi Konferensi Islam (OKI), saat ini ekspor fesyen muslim Indonesia berada di peringkat ketiga setelah Bangladesh dan juga Turki. Selain itu Indonesia menargetkan bahwa di tahun 2020 Indonesia akan menjadi pusat fesyen muslim di Dunia.

Perkembangan fesyen muslim ini tentu tak bisa lepas dari partisipasi masyarakat Islam dalam menciptakan, memperkenalkan, dan mengembangkan industri fesyen muslim. Berbagai kegiatan berskala internasional telah diikuti desainer-desainer busana muslim Indonesia, guna memperkenalkan fesyen muslim Indonesia kepada dunia dengan mengikuti beberapa *fashion show* di luar negeri. Selain itu perkembangan fesyen muslim di dalam negeri turut dipopulerkan oleh komunitas-komunitas hijabers, tutorial jilbab dari remaja muslimah, maupun *hijab stylist*.

Pertumbuhan industri fesyen yang sangat pesat telah mendorong pertumbuhan ekonomi negara. *Pertama*, industri fesyen muslim meningkatkan pendapat negara dengan kegiatan ekspor. *Kedua*, menciptakan lapangan kerja baru dengan peluang berbisnis busana muslim secara *online* melalui *facebook*, *Instagram*, *bbm*, *whatsapp*, dan juga *line*. Bisnis online tidak membutuhkan modal besar sehingga memberi



kesempatan bagi siapaun untuk memasuki usaha ini. *Ketiga*, menyerap banyak tenaga kerja ditengah pengangguran yang kian meningkat karena industri fesyen muslim merupakan industri yang melibatkan berbagai pihak mulai dari *desainer*, tenaga kerja yang memproses bahan baku, penjahit, desain produksi, distributor, dll. *Keempat*, menggerakkan sektor ekonomi lain seperti pengusaha tekstil, produk kosmetik, salon muslimah, sekolah mode, dan lain-lain. *Kelima*, meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup dengan adanya tambahan pendapatan dari bisnis fesyen muslim.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Herdiana, 2013, *Manajemen bisnis syariah dan kewirausahaan*, Bandung: Pustaka Setia.
- Anggraini, Nenny, 2008. Industri kreatif, jurnal ekonomi Desember 2008, volume XIII No.3.
- Anonim, 2016, Industri Kreatif Sumbang Rp 642 Triliun sari total PDB RI. Tersedia <http://m.tempco.co/read/news/2016/03/02/090750007/industri-kreatif-sumbang-rp-642-triliun-dari-total-pdb-ri>.Diaksespada tanggal30-10-2016.
- Dina Mellita, 2014, Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Urban Di Kota Palembang, *Prociding Seminar Nasional & Call for Paper*, (online), tersedia: [http://eprint.binadarma.ac.id/2073/1/FP\\_20.pdf](http://eprint.binadarma.ac.id/2073/1/FP_20.pdf)(30 Oktober 2016).
- Kementrian perdagangan RI, Warta Ekspor.Ditjen PEN/WRT/31/IV/2015 edisi April.
- Mardikanto, Totok dan Poerwoko Soebianto, 2013, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, Bandung: Alfabeta.
- Nanih Machendrawaty dan Agus Ahmad Safei, 2001, *Pengembangan Masyarakat Islam dari Ideologi, Strategi sampai Tradisi*, Bandung:Remaja Rosda Karya.
- Rusatalogi, 2014, Kibar Jilbab di Era Ekonomi Kreatif, tersedia <https://rusatalogi.wordpress.com/2014/01/15/kibar-jilbab-di-era-ekonomi-kreatif/>diakses pada tanggal 30-10-2016.
- Sriharini, 2006, Pengembangan Etos Kewirausahaan Masyarakat Islam, *JurnalAplikasi Ilmu-ilmu Agama*, Vol. VII, No. 2 Desember2006. Tersedia <http://digilib.uin-suka.ac.id/8331/1/sriharini%2520pengembangan%2520etos%2520kewirausahaan%2520masy> diakses pada tanggal 3-11-2016.
- Taliziduhu Ndraha, 1987, *Pembangunan Masyarakat*, Jakarta: Bina Aksara.

Wendy Melfa dan Sholihin Siddiq. *Paradigm Pengembangan Masyarakat Islam Studi Epistemologis Pemikiran Ibnu Khaldun*, cet.II, Jakarta: Mata Pustaka.

Yulia, Nursetyawathie, 2013, *Gerbang Kreativitas Jagat Fesyen*, Jakarta: Bumi Aksara.

