

Edukasi fesyen muslim: Upaya meningkatkan kreativitas melalui hijab masker di tengah pandemi

¹Kharis Fadlullah Hana, ²Ajeng Rizki Miranti, ³Uswatun Hasanah

Institut Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia

¹kharis@iainkudus.ac.id, ²ajengrizkimiranti013@gmail.com,

³uswachasanah349@gmail.com

Abstract

This community service activity aimed to educate the public about the opportunities for hijab masks amid a pandemic. As Participatory Action Research, this community service was carried out through online seminars, online discussions, and online assistance through Whatsapp groups. This activity has been conducted in Kudus regency. The participants are the millennial community who is the potential to develop hijab masks for their economic recovery. This service provided a positive response for the community so that they are more aware of efforts to be more creative amid a pandemic. They were equipped with education from well-known hijab activists in providing understanding to create attractive fashion designs and have branding. This service recommendation can provide direct follow-up assistance through the blended method to make it more effective.

Keywords: Muslim Fashion; Creativity; Covid-19 Pandemic

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat tentang peluang hijab masker di tengah pandemi. Metode *PAR* ini dilaksanakan melalui seminar online, diskusi online dan pendampingan online melalui Whatsapp grup. Kegiatan ini dilaksanakan di kota Kudus dengan peserta masyarakat milenial yang memiliki potensi mengembangkan hijab masker untuk pemulihan ekonomi mereka. Hasil pengabdian ini memberikan respon positif bagi masyarakat sehingga lebih sadar akan upaya untuk lebih kreatif di tengah pandemi. Mereka dibekali edukasi dari pegiat hijab ternama untuk memberikan pemahaman untuk membuat desain fesyen yang menarik dan memiliki branding. Rekomendasi pengabdian ini dapat memberikan pendampingan lanjutan secara langsung melalui metode blended agar lebih efektif.

Kata Kunci: Fesyen Muslim; Kreativitas; Pandemi Covid-19

Article Info:

<https://doi.org/10.19105/pjce.v4i1.5910>

Received 9 February 2022; **Received in revised form** 20 June 2022; **Accepted** 30 June 2022
2684-9615/ ©2021 *Perdikan: Journal of Community Engagement*. This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

1. Pendahuluan

Perkembangan Industri fesyen semakin bertambahnya tahun menunjukkan sebuah perkembangan yang pesat. Hal tersebut dapat

dirasakan oleh masyarakat Indonesia khususnya para pengusaha dan praktisi yang bergerak dibidang fesyen. Sejak 2003 Indonesia telah memasuki era perdagangan bebas di Asia (So'imah, 2012). Dan fesyen muslim menjadi komoditas yang sedang menjamur di pasar internasional. Di Indonesia busana muslim menjadi mode yang terkemuka, hal tersebut menandakan pertumbuhan kreativitas para desainer muda sukses menggebrak dunia mode.

Pada tahun 2017 produk busana muslim Indonesia berada pada peringkat ke lima sebagai negara pengekspor busana muslim di pasar dunia (Passileva & Musadieq, 2018). Sementara itu pada tahun 2018/2019 menunjukkan konsumsi belanja Indonesia dalam hal busana muslim mencapai \$20 miliar AS atau sekitar Rp279,03 triliun. Ini jumlah terbesar ketiga di antara negara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI). Pasar global busana muslim saat ini mencatat \$270 miliar atau setara dengan Rp 3.830 triliun. Proyeksi ke depan tentu akan terus meningkat (Rahmawaty, Nadiroh, Husen, Purwanto, & Astra, 2021). Dari hal tersebut diharapkan negara Indonesia pada tahun 2020 dapat menjadi salah satu kiblat desainer fesyen muslim dunia. Akan tetapi awal tahun 2020 ini umat manusia di seluruh dunia dilanda sebuah kepanikan yang di sebabkan oleh adanya pandemi virus corona (Covid-19) yang telah menginfeksi beberapa orang di seluruh penjuru dunia. Pandemi seperti yang sedang terjadi saat ini merupakan fenomena luar biasa pada bumi ini (Wulandari, 2021).

Khusus untuk negara Indonesia dari pemerintahan telah mengeluarkan status darurat bencana terhitung dari tanggal 29 februari 2020. Dari pihak pemerintah juga sudah menginstruksikan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh pihak masyarakat yaitu dengan melakukan social distancing. Konsep ini menjelaskan bahwa untuk mengurangi bahkan memutus mata rantai dari virus corona (covid-19) dengan cara menjaga jarak aman dengan orang lain minimal 2 meter, dan tidak melakukan kontak langsung dengan orang lain, menghindari pertemuan massal (Buana, 2020). Dan juga dari pihak pemerintah menyampaikan anjuran untuk selalu menggunakan masker selama pandemi covid-19 ini. Potensi manfaat penggunaan masker oleh orang yang sehat di tengah masyarakat mencakup penurunan kemungkinan risiko paparan dari orang yang terinfeksi selama masa "prasimtomatik" dan sigmatisasi orang-orang yang mengenakan masker untuk pengendalian sumber infeksi (Jumini et al., 2021).

Dengan anjuran tersebut masyarakat berbondong-bondong untuk membeli masker yang mengakibatkan stok masker tidak mencukupi kebutuhan masyarakat sehingga harganya menjadi mahal. Hal ini dapat mendorong masyarakat untuk dapat berkreasi di bidang fashion muslim agar dapat berpartisipasi dalam rangka pencegahan penyebaran virus covid-19. Akan tetapi hal itu bukanlah yang mudah karena dengan adanya pandemi ini pasti berdampak buruk di segala bidang termasuk fesyen muslim. Hal ini mendorong agar masyarakat dapat berkreasi dalam menghadapi pandemi virus corona ini. Di balik sebuah musibah pasti terdapat sebuah peluang yang bisa di ambil agar tetap bertahan menghadapinya. Dalam dunia

fesyen ada hijab masker yaitu hijab yang sekaligus masker yang dapat dijadikan sebagai peluang usaha di masa pandemic ini. Hal ini menunjukkan bahwa dunia fesyen berperan dalam masa pandemi saat ini. Jadi bagi masyarakat yang tidak terbiasa menggunakan masker dan tidak percaya diri menggunakannya maka dengan adanya berbagai macam masker ini mereka dapat tetap tampil fashionable. Dengan demikian untuk sekarang ini masyarakat yang ingin memanfaatkan peluang dengan adanya musibah ini harus benar-benar mengerti kebutuhan customer dan juga harus update mengenai perkembangan model atau trend pakaian saat ini.

Dengan pemaparan di atas, menunjukkan bahwa terjadinya wabah covid-19 ini memberikan dampak terhadap fesyen muslim, untuk itu kami tertarik melakukan sebuah pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk seminar online dengan tema “Peluang dan Kreativitas Dunia Fesyen Muslim di Tengah Pandemi Covid-19 (menilik hijab masker di era pandemic covid-19)”

Berdasarkan Penelitian Ralizza Passileva dan M. Ali Musadieq dengan tema Strategi bauran Pemasaran Internasional Produk Baju Busana Muslim (studi pada PT. Vanza Tamma Abadi), PT. Vauza Tamma Abadi telah mengimplementasikan strategi bauran pemasaran dalam sistem pemasaran perusahaan, baik untuk skala domestik maupun internasional. Dalam hal marketing mix, perusahaan mempunyai keunggulan dari sisi promosi. Hambatan yang dihadapi perusahaan salah satunya merupakan dari sisi produksi. Hambatan lain merupakan berasal dari sumber daya yang tersedia. Sumber daya dengan komitmen yang kurang merupakan hal yang beresiko jika hal ini terjadi terus-menerus, sehingga akan menurunkan tingkat produktivitas perusahaan. Sumber daya lain, termasuk sumber daya tenaga listrik serta sumber daya mesin juga menjadi hambatan. Sistem manajemen perusahaan juga merupakan hambatan yang dihadapi perusahaan, seperti sistem manajemen sumber daya manusia, serta sistem manajemen keuangan.

Penelitian oleh Nurul So'imah (2012) dengan judul Pemasaran Produk Busana Muslim “Galeri Dita” Pada Era Globalisasi, Strategi pemasaran yang dilakukan Galeri Dita sudah cukup efektif. Segmentasi dan target pasar sudah dilakukan sejak awal berdirinya. Strategi produk yang dilakukan yaitu menjual barang merk yang sudah cukup banyak dikenal konsumen dengan desain terbaru dikemas dengan menarik serta kemudahan dalam pemesanannya. Strategi harganya menjual barang kualitas baik dengan harga di atas harga pasaran. Strategi pendistribusian barangnya menggunakan jasa pengiriman barang. Strategi promosinya menggunakan internet sebagai media promosinya seperti facebook, web dan lain-lain. Untuk meningkatkan volume penjualan di Galeri Dita dan eksistensinya pada era globalisasi.

Beberapa penelitian lainnya mengenai feysen muslim juga telah dilakukan seperti pada penelitian (MD & Achiria, 2020), (Mila, 2015), (Zaidah & Haq, 2020), (Syathari, Rahayu, & Hurriyati, 2019), (Umam & Altiria, 2010), (Hassim, 2014), (Gunadi, 2020), (Ernawati, Astuti, Patriantoro, Marta, & Lang, 2021), (Wulansari & Puspitasari, 2019), dan (Purwaningwulan, 2021)

menyajikan hasil bahwa potensi fesyen muslim di Indonesia masih sangat besar dan butuh adanya upaya untuk memicu pengembangan industry fesyen muslim dalam rangka menjadi Negara nomor satu pada bidang fesyen muslim di Dunia. Oleh karena itu maka, kegiatan pengabdian ini melalui edukasi fesyen muslim sangat penting dilaksanakan.

2. Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah menggunakan Participatory Action Research (PAR). Pada masa pandemi virus corona (covid-19) pihak pemerintah melarang adanya sebuah perkumpulan atau kegiatan yang melibatkan banyak orang yang bergerombol. Sehingga dengan adanya hal tersebut maka metode pengabdian kepada masyarakat yang digunakan adalah seminar online. Seminar tersebut dilaksanakan melalui live di instagram dengan mengundang narasumber dan para peserta dapat menyimak acara tersebut dengan melihat melalui live antara moderator dan narasumber. Selama acara berlangsung peserta boleh mengajukan sebuah pertanyaan dengan cara menghubungi nomer whatsapp moderator dan pertanyaan yang sudah dikirimkan akan dipilih dan dibacakan oleh moderator.

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan dalam bentuk seminar online. Sasaran dari dilaksanakannya acara tersebut adalah para generasi muda dan acara tersebut di buka untuk umum. Dalam kegiatan tersebut di ikuti oleh para mahasiswi dari IAIN Kudus, para siswi SMK Assa'idiyyah 2 Kudus, dan mahasiswi-mahasiswi universitas lain serta masyarakat umum. Program pengabdian dalam rangka pengembangan ekonomi syariah yang dipilih adalah bidang pembelajaran masyarakat. Dalam program ini pebelajaran masyarakat yaitu kegiatan belajar bersama meningkatkan potensi seputar fesyen muslim di kalangan generasi muda di masa pandemi virus corona (covid-19). Sehingga diharapkan masyarakat dapat mengembangkan dunia fesyen muslim Indonesia.

Pihak pemateri adalah Fitriya Noor Aisyah (Desaigner Fesyen) sebagai Narasumber TV Indosiar 2019, Narasumber RTV 2019, La Mode Sur La Seine a PARIS 2018, 10 besar Sakura Collection Asia, Student Awards INDONESIA 2018-2019.

Tahapan kegiatan yang dilakukan untuk tercapainya tujuan dalam penyelenggaraan seminar ini , diantaranya, Penentuan tema seminar, Menghubungi pihak narasumber, Penentuan hari dan tanggal pelaksanaan seminar, Pembuatan pamphlet seminar sesuai tema, Pembuatan grup Whatsapp untuk bergabung peserta, Pembuatan daftar peserta seminar, Penyampaian tata cara seminar (rules), Kegiatan seminar online (live Instagram), Kegiatan Tanya jawab secara live di Instagram pada saat seminar berlangsung, Pemberian evaluasi seputar acara seminar (google form), Pembagian e-sertifikat, Pembagian special gift (bagi peserta yang beruntung). Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari Minggu, tanggal 17 Mei 2020, Pukul 11.00 WIB.

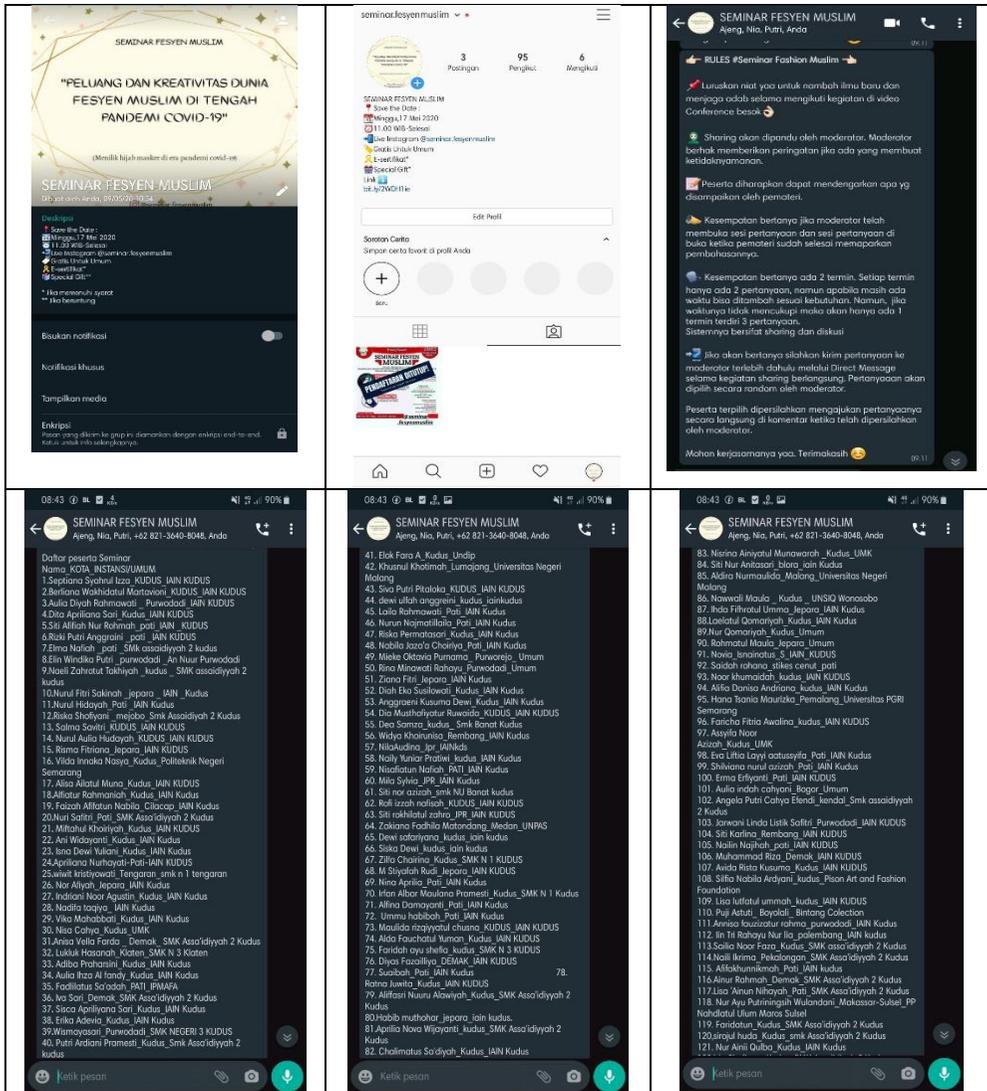
3. Hasil dan Pembahasan

Dalam pelaksanaan seminar online Fesyen Muslim ini terdapat beberapa faktor yang mendukung dan menghambat berjalannya seminar, diantaranya:

- a) Faktor pendukung: faktor yang mendukung demi berjalannya seminar online ini adalah narasumber dari desainer fesyen muda yang berprestasi, adanya panitia penyelenggara yang sudah bekerja cukup keras, banyaknya anggota yang berpartisipasi dan ikut gabung dalam grup whatsapp dan juga live Instagram.
- b) Faktor penghambat: faktor penghambat dalam pelaksanaan seminar ini adalah kendala koneksi internet pada saat seminar online berlangsung, sehingga mengakibatkan peserta yang ingin bergabung dalam acara seminar tersebut menjadi sedikit terkendala.



Kegiatan ini telah dilakukan dengan baik, dengan banyak peserta seminar yang dapat memahami dan dapat termotivasi dari adanya seminar online tentang fesyen muslim ini. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan baru mengenai fesyen muslim untuk anak milineal di zaman sekarang ini. Banyak peserta seminar yang memberikan tanggapan baik mengenai pelaksanaan seminar online ini. Menurut peserta seminar materi yang telah disampaikan oleh pemateri sudah sesuai dengan tema seminar.



Hasil dari Google Form mengenai evaluasi pelaksanaan seminar online dengan tema fesyen muslim ini adalah sebagai berikut:

- a) Jumlah peserta yang memberikan tanggapan adalah sebanyak 103 orang. Peserta seminar paling banyak berasal dari Insitusi IAIN Kudus dengan persentase sebesar 28,2%, selanjutnya dari SMK yang mempunyai jurusan tata busana sebanyak 19,4% dan selebihnya peserta dari kalangan umum baik dari pihak Institusi lain maupun kalangan umum lainnya.
- b) Tanggapan peserta mengenai materi seminar menunjukkan persentase sebesar 47,6% memilih opsi sangat menarik, 42,7% memilih opsi menarik dan selebihnya memilih opsi cukup menarik. Jadi dapat disimpulkan

bahwa hampir 90% dari anggota seminar memberikan tanggapan yang sangat baik mengenai materi seminar.

- c) Tanggapan peserta mengenai penjelasan narasumber dalam menyampaikan materi menunjukkan presentase sebesar 36,9% memilih opsi sangat menarik, 44,7% memilih opsi menarik dan selebihnya memilih opsi cukup menarik dengan presentase sebesar 17,5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa hampir 80% dari anggota seminar memberikan tanggapan baik mengenai narasumber dalam penyampaian materi.
- d) Tanggapan peserta tentang moderator dalam memandu jalannya seminar menunjukkan presentase sebesar 24,3% memilih opsi sangat menarik, 44,7% memilih opsi menari dan 31% memilih opsi cukup menarik. Jadi dapat disimpulkan bahwa hampir 80% dari anggota seminar memberikan tanggapan yang baik mengenai moderator dalam memandu jalannya seminar.
- e) Tanggapan peserta seminar mengenai kritik yang saran untuk panitia pelaksana, hampir 90% dari anggota seminar memberikan kritik dan saran yang sangat baik unuk panitia pelaksana.

Adapun beberapa hal yang dapat direkomendasikan dari hasil kegiatan seminar online ini, yaitu sebagian dari peserta memberikan tanggapan dan merekomendasikan untuk melaksanakan lagi seminar seperti ini yang lebih menarik lagi dan penuh dengan inovasi baru dan dapat memotivasi untuk terus menghasilkan karya terbaik. Peserta seminar merekomendasikan untuk pelaksanaan seminar selanjutnya bisa lebih tepat waktu dan memperpanjang durasi seminar. Selanjutnya sebagian peserta merekomendasikan untuk mengadakan seminar selanjutnya di lakukan di media WhatsApp Grup, Zoom Meeting, Youtube karena jika dilakukan hanya dengan live instagram sering mengalami kendala koneksi internet. Namun dari hasil kegiatan ini, Kegiatan pengabdian pada masa pandemi dapat dilakukan melalui online karena kondisi yang tidak memungkinkan untuk bertemu secara langsung. Akhirnya kegiatan ini dapat memberikan dampak yang cukup signifikan dalam mendorong peserta untuk membuat bisnis unggulan di Indonesia yaitu Fesyen Muslim.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian melalui seminar online dan pendampingan secara online ini mendapatkan respon yang cukup bagus dan memberikan dampak yang signifikan bagi peserta. Mereka menjadi sadar untuk lebih kreatif walaupun di masa pandemi. Inovasi perlu dilakukan guna dapat bertahan di masa ekonomi yang sulit. Rekomendasinya kegiatan ini perlu dilanjutkan melalui sistem blended dan sampai pada tahap penjualan dan peningkatan kualitas produk fesyen hijab masker.

Terima Kasih

Terima kasih kepada segenap panitia dan narasumber yang telah mempersiapkan kegiatan ini dengan baik sehingga dapat berjalan dengan lancar dan mendapatkan respon yang positif.

Referensi

- Buana, D. R. (2020). Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Virus Corona (Covid-19) dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-I*, 7(3). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i3.15082>
- Ernawati, A., Astuti, E. Z., Patriantoro, T. H., Marta, R. F., & Lang, J. C. F. (2021). Identitas Gaya Fesyen Islami pada Sivitas Akademika di Perguruan Tinggi Kota Semarang. *Jurnal Dakwah Risalah*, 31(2), 154. <https://doi.org/10.24014/jdr.v31i2.11087>
- Gunadi, W. (2020). Prospek dan Strategi Bersaing pada Industri Fesyen. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 45–56.
- Hassim, N. (2014). Hijab and the Malay-Muslim Woman in Media. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 155(October), 428–433. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.317>
- Jumini, S., Nisa, T. N., Mawadah, A., Masruroh, A. L., Ihfad, M., & Sulisty, A. R. (2021). Pendampingan Budidaya Potensi Lokal dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 8(3), 306–314. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v8i3.1903>
- MD, U. W., & Achiria, S. (2020). Peran Trend dan Motif Hijrah Terhadap Pembelian Busana Muslimah di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2), 1–17. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v1i2.9.1-17>
- Mila, D. (2015). Pengembangan bisnis industri kreatif bidang fesyen dengan pendekatan ekspor untuk memperkuat perekonomian nasional. *Journal of Applied Business and Economics*, 2(2), 123–133. Retrieved from <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JABE/article/view/1459>
- Passileva, R., & Musadieg, M. Al. (2018). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Internasional Produk Baju Busana Muslim (Studi pada PT. Vuza Tamma Abadi). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 57(1), 170–179.
- Purwaningwulan, M. M. (2021). The Implementation of Sharia Marketing Communication in The Muslim Fashion E-Commerce in Indonesia. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 24(1), 1–14. <https://doi.org/10.20422/jpk.v24i1.720>
- Rahmawaty, D., Nadiroh, Husen, A., Purwanto, A., & Astra, I. M. (2021). Sustainable Fesyen Sebagai Upaya Gerakan Zero Waste. *Community Development Journal*, 2(2), 431–437. Retrieved from <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/1869>
- So'imah, N. (2012). Strategi Pemasaran Produk Busana Muslim “Galeri Dita” Pada Era Globalisasi. *Fashion and Fashion Education Journal*, 1(1), 20–23. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ffe>
- Syathari, rian ahmad, Rahayu, A., & Hurriyati, R. (2019). Kinerja Bisnis

- Industri Butik Muslim di Jawa Barat. *SOSIOHUMANIKA: Jurnal Pendidikan Sains Sosial dan Kemanusiaan*, 12(1), 157–168.
- Umam, A. N., & Altiria, S. (2010). “Hijab Fashion” Interpretation Among Muslim Fashion Enthusiasts and Common Female Muslims in Indonesia. (2006), 1–15.
- Wulandari, C. (2021). Optimizing the Use of Social Media as a Brand Destination-based Promotional Media for Glagah Wangi Istambul Beach in Demak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 7(3), 201. <https://doi.org/10.22146/jpkm.65197>
- Wulansari, D. A., & Puspitasari, C. (2019). Festival Tabut Bengkulu sebagai Inspirasi Tenun Tapestri pada Produk Fesyen Muslim. *E-Proceeding of Art & Design*, 6(2), 1825–1828.
- Zaidah, A., & Haq, B. N. (2020). Analisis Boston Consulting Group pada Produk Busana Muslim UMKM Azqila Hijrah. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 3(3), 1–10.