

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri halal Indonesia telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir baik makanan halal maupun *fashion* halal. Indonesia sebagai negara mayoritas Muslim, berpotensi dalam mengembangkan sektor *fashion* halal, terutama dengan tren busana tertutup sebagai gaya hidup. *Fashion* halal merupakan salah satu segmen penting dalam industri halal yang mendukung perekonomian Indonesia, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti meningkatnya permintaan dan kebutuhan akan produk halal, keberagaman produk halal, adanya kerangka hukum yang jelas, banyaknya tawaran produk halal, dan permintaan untuk ekspor (Srisusilawati, et al., 2024). Merujuk pada data *State of the Global Islamic Economy* (SGIE) tahun 2023, total pengeluaran konsumen muslim untuk *fashion* (pakaian dan alas kaki) tercatat sebesar 318 juta dolar AS pada tahun 2022. Pengeluaran ini diprediksi meningkat sebesar 6,1 persen menjadi 428 juta dolar AS pada 2027.

Dengan ini menunjukkan kemajuan yang signifikan pada industri *fashion* muslim di Indonesia dan dipertegas oleh kementerian perindustrian (kemenperin), industri *fashion* muslim Indonesia masuk peringkat tiga dunia. Penggunaan jilbab kini telah menjadi bagian dari dunia *fashion* akibat ideologi populerisme yang melihat busana muslim sebagai komoditas yang dapat dipasarkan dan menghasilkan keuntungan ekonomi yang menjanjikan

(Nurdianik, et al., 2022). Muslimah cenderung mengikuti fashion hijab dipengaruhi oleh gaya dan tren daripada nilai keagamaan, bermula dari ideologi konsumerisme dan populerisme, di mana busana muslim dilihat sebagai produk yang memiliki nilai jual dan keuntungan ekonomi di industri fashion (Widyanita, et al 2022).

Merek-merek fashion hijab mewah seperti Buttonscarves, Mandjha Hijab by Ivan Gunawan, Dian Pelangi, dan Ria Miranda menawarkan produk dengan harga yang jauh di atas pasar hijab pada umumnya. Merek-merek ini dikenal dengan ciri khas produk yang dibanderol dengan harga jauh di atas rata-rata pasaran hijab, mencerminkan kesan eksklusivitas dan kemewahan. Meski demikian, produk-produk ini tetap berhasil menarik minat masyarakat Indonesia, baik karena nilai estetik maupun status sosial yang melekat padanya. Kecenderungan ini tidak hanya meningkatkan kesadaran perempuan yang belum berhijab untuk mulai mengenyakannya, tetapi juga mendorong Indonesia untuk menjadi pemimpin global dalam fashion muslim (Kadir, 2023)

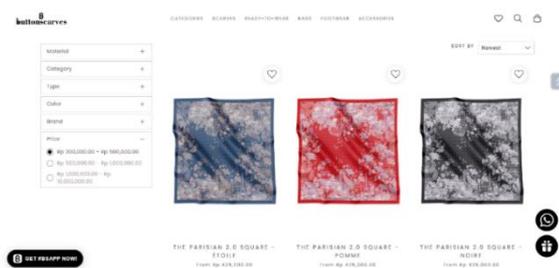
**Gambar 1. 1 Kondisi di Buttonscarves Ngagel
Kota Surabaya**



(Sumber : Dokumentasi Penelit

Buttonscarves didirikan pada tahun 2016 dengan fokus menyediakan hijab dan aksesoris fashion untuk pasar Indonesia, Malaysia, dan Singapura. Setelah 8 (delapan) tahun berbisnis, Buttonscarves tidak hanya fokus terhadap produk hijab saja, namun juga mengembangkan bisnisnya ke produk lainnya. Awalnya beroperasi secara online, brand ini memperluas produknya ke tas dan bros, serta membuka toko fisik di Indonesia dan Malaysia pada 2018 (Buttonscarves, 2024). Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti pada gambar 1.1, menunjukkan keramaian pada *hijabers* atau pengguna hijab pada kalangan Perempuan memenuhi toko Buttonscarves di Ngagel, Surabaya.

Gambar 1. 2 Harga salah satu produk Buttonscarves



(Sumber : <http://Buttonscarves.com>)

Menurut Arsj (2022), Buttonscarves merupakan brand hijab premium yang mengusung konsep luxurious scarves dengan target pasar kelas menengah urban. Ditambah dengan harga premium sehingga dapat menunjukkan nilai gaya hidup prestisius bagi penggunanya atau dikenal sebagai BSLady. Harganya mulai dari Rp. 375.000 perproduk hijab. Meski harganya premium tetapi antusias masyarakat sangat baik tak heran Buttonscarves menjadi produk hijab yang ramai digandrungi masyarakat khususnya mahasiswa (Rachmadhani, 2023). Kualitas scarves yang baik,

design yang memiliki ciri khas tersendiri, pemilihan warna yang menarik dan tidak pasaran serta pelayanan terhadap konsumen dengan cepat.

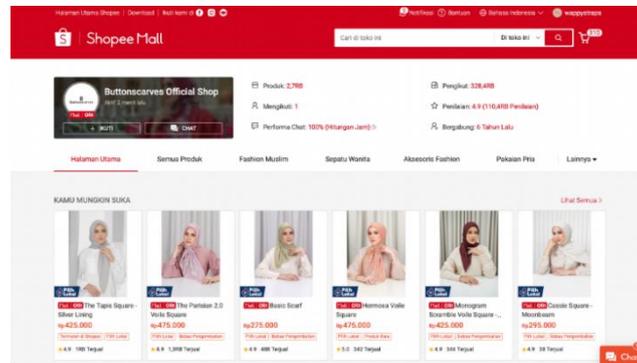
Gambar 1. 3 Berita Peraih Penghargaan oleh Buttonscarves dari ZALORA pada tahun 2021



(Sumber : [instagram.com/Buttonscarves.com](https://www.instagram.com/Buttonscarves.com))

Keberhasilan Buttonscarves dalam mempertahankan kualitas dan daya tariknya di industri fashion muslim dengan brand lokal high-end dibuktikan dengan peraih penghargaan dari ZALORA dengan predikat “*Best Muslim Wear Category*” atas performa bisnis pada tahun 2021 (Putri, 2021). Beberapa faktor yang mendukung Buttonscarves menjadi produk yang diminati oleh Muslimah yaitu logo Buttonscarves, kualitas hijab premium dengan desain eksklusif, menciptakan nilai tambahan dengan gaya hidup prestisius, pembentukan komunitas BSLady, memilih lokasi toko strategis di mall besar di Indonesia dan Malaysia, serta kolaborasi dengan selebgram dan mitra besar seperti Garuda Indonesia, yang semakin meningkatkan citra dan popularitasnya (Arsj, 2022). Keunggulan tersebut, memunculkan antusiasme masyarakat sehingga menjadi sebuah tren baru dimana produk lokal yang sudah tidak dipandang sebelah mata bahkan menjadi pilihan utama dalam urusan fashion masyarakat Indonesia.

Gambar 1. 4 Platform Penjualan Buttonscarves melalui Shopee



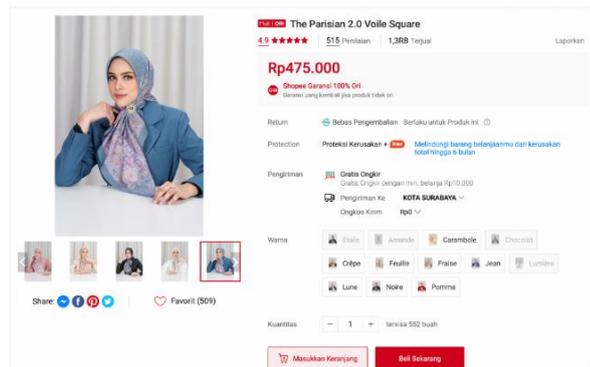
(Sumber : <https://shopee.co.id/buttonscarvesofficial>)

Salah satu platform penjualan Buttonscarves adalah *e-commerce* Shopee yang dapat di akses baik melalui aplikasi mobile maupun website. Dapat dilihat bahwa produk Buttonscarves mendapatkan review penilaian senilai 4.9/5.0 dari 110.400++ penilaian di platform shopee. Hal ini menunjukkan bahwa produk Buttonscarves sangat diminati dan diterima dengan baik oleh konsumen. Selain itu, jumlah penilaian yang mencapai lebih dari 110.400 juga menunjukkan bahwa produk ini memiliki basis pelanggan yang luas dan aktif, yang menjadi indikator kuat akan reputasi dan kepercayaan merek di pasar.

Keberhasilan Buttonscarves dalam meraih rating 4.9/5.0 dapat menjadi landasan bagi Buttonscarves untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta memperluas pangsa pasar mereka di masa depan. Selain itu, *Official Shop Buttonscarves* di Shopee juga memiliki pengikut mencapai 328.000++, yang menandakan tingginya minat dan loyalitas konsumen terhadap brand ini. Jumlah pengikut yang besar tidak hanya

menunjukkan popularitas Buttonscarves, tetapi juga mencerminkan kepercayaan konsumen dalam memilih platform resmi mereka untuk berbelanja. Hal ini memberikan keuntungan bagi Buttonscarves dalam hal engagement dan potensi penjualan.

Gambar 1. 5 Produk Best Selling di Platform Shopee Buttonscarves



(Sumber : <https://shopee.co.id/buttonscarvesofficial>)

Salah satu etalase produk yang memiliki jumlah pembelian tertinggi adalah produk The Parisian 2.0 Voile Square. Rating tinggi tersebut mencerminkan kepuasan pelanggan yang tinggi terhadap kualitas produk, layanan, dan pengalaman berbelanja secara keseluruhan. Popularitas The Parisian 2.0 Voile Square menunjukkan bahwa produk ini berhasil menjadi favorit di kalangan konsumen, berkat kombinasi kualitas premium dan pengalaman pengguna yang positif.

Tabel 1. 1 Penilaian Konsumen Buttonscarves: The Parisin 2.0 Voile Square di Shopee

Penilaian Konsumen	Media
<i>Respon penjual cepat, kerudungnya bagus banget keliatan elegan, harga krn lagi promo 17 an jadi murah, pengemasan bagus dan pengiriman cepat</i>	Official Store Shopee

<i>BS tengkyu bgt udh terus berinovasi semakin baik,dgn bahan yg semakin nyaman dipakai,,utk seri dari Como sampai dgn seri the Parisian 2.0 ini BS makin keren,lembut bgt,,pokoknya suka.</i>	Official Store Shopee
<i>Barang sampai dalam keadaan baik dan cukup cepat. Kualitas baik, kardus aman tidak penyok. Jilbabnya langsung dicuci karena sayang sekarang harga mahal tapi gak wangi, jadi gak bisa langsung dipakai. Warnanya menarik, coklat cream semu pink. Bisa dipakai untuk acara formal dan informal</i>	Official Store Shopee
<i>Buttonsscarves mah emang ga pernah failed... motifnya cakep cakep, tegak didahi dan mudah dibentuk...</i>	Official Store Shopee
<i>Mevvahnya, suka banget Masya Allah Tabarakallah sekali beli jd pengen beli lagi, suka dgn motifnya jg</i>	Official Store Shopee

(Sumber: Data diolah Peneliti melalui Platform Shopee, 2024)

Berdasarkan penilaian yang ditulis oleh pembeli Buttonsscarves di Shopee pada tabel 1.1, terangkum adanya fakta kualitas, motif hijab, dan pelayanan Buttonsscarves menjadi alasan pengguna membeli produknya. Perkembangan fashion menjadikan busana muslim sebagai produk yang memiliki nilai ekonomi tinggi, terutama dalam industri fashion mewah. Oleh karena itu, penting untuk memahami bahwa value yang dirasakan dan kepuasan konsumen terhadap produk fashion busana muslim memainkan peran krusial dalam mempengaruhi kepuasan dengan pengalaman mereka dalam menggunakan produk atau jasa suatu perusahaan, mereka cenderung

untuk mengembangkan loyalitas terhadap merek tersebut (Nurdiansah & Widyastuti, 2022).

Loyalitas mempengaruhi daya saing perusahaan, di mana perusahaan yang berhasil mempertahankan dan meningkatkan loyalitas klien yaitu perusahaan yang mampu menciptakan pengalaman pelanggan yang menyenangkan (Barja, 2024). Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan dengan memperkuat citra dan kepercayaan merek melalui interaksi yang baik, menjaga kualitas, serta konsistensi produk sejak awal peluncuran (Praswati, et al., 2022). Perkembangan *brand luxury* yang cenderung memiliki kualitas tinggi akan diikuti dengan peningkatan loyalitas konsumen. Dengan demikian, loyalitas konsumen Buttonscarves dapat diraih melalui kualitas produk Buttonscarves yang di gunakan oleh konsumen. Sejak berdirinya, Buttonscarves mampu meningkatkan penjualan bisnisnya mulai dari penjualan online hingga saat ini sudah memiliki 25 toko offline di seluruh Indonesia (Buttonscarves, 2024).

Di tengah persaingan ketat di pasar fashion Indonesia Buttonscarves telah berhasil mencapai status sebagai merek mewah di Indonesia yang menarik perhatian dunia dengan keunikan dan kemewahan produk-produknya. Perkembangan usaha brand lokal High-End Buttonscarves diupayakan untuk memperkuat posisi sebagai merek mewah di Indonesia. Buttonscarves telah menjalani perjalanan dalam industri fashion Indonesia, dengan koleksi yang menggabungkan keahlian dalam kerajinan tangan tradisional Indonesia dengan desain modern yang elegan. Pengalaman

pengguna saat menggunakan brand Buttonsscarves ditandai dengan rasa eksklusivitas, kualitas premium, dan identitas fashion yang kuat dari brand tersebut yang membuat konsumen bertahan karena brand tersebut mampu memberikan kepuasan emosional serta nilai personal yang selaras dengan gaya hidup mereka. Sehingga penting juga untuk memahami lebih dalam faktor-faktor apa saja yang secara spesifik mempengaruhi bagaimana konsumen dapat mempertahankan brand tersebut hingga adanya loyalitas terhadap pelanggan serta bagaimana brand lokal high-end seperti Buttonsscarves dapat terus mempertahankan dan meningkatkan pengalaman pengguna tersebut di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kalangan mahasiswa termasuk kalangan yang cenderung memilih brand lokal *high-end* seperti Buttonsscarves dengan kualitas yang mumpuni dibandingkan brand luar negeri, karena kesadaran mereka untuk mendukung produk lokal semakin meningkat sehingga mereka memamerkan dengan bangga di media sosial (Rachmadhani, 2023). Dapat dikatakan bahwa gaya hidup mahasiswa dalam *fashion* terus berkembang diikuti dengan kemajuan zaman dan tren di era modern, agar dianggap tidak ketinggalan zaman (Nisak & Sulistyowati, 2022). Loyalitas yang dilakukan mahasiswa merupakan dua indikator utama yang mencerminkan keberhasilan suatu *brand* dalam mempertahankan konsumennya.

Industri fashion halal di Indonesia, terutama brand lokal high-end seperti Buttonsscarves, menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan di kalangan mahasiswa dan niat mereka untuk melakukan pembelian kembali

merupakan dua aspek yang dipengaruhi oleh keberadaan brand high-end tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, serta mencari tahu strategi apa yang bisa digunakan oleh Buttonscarves untuk meningkatkan kedua aspek ini guna memastikan keberlangsungan bisnisnya di masa depan.

Sulaiman & Asmawi (2022) menjelaskan bahwa berpengaruh positif dalam meningkatkan Loyalitas konsumen dan profitabilitas pada Rich's Coffe. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang efektif dan pematenan brand dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan profitabilitas, yang relevan untuk pengembangan usaha. Busyairi (2022) menyebutkan strategi pengembangan usaha berpengaruh positif terhadap menjaga loyalitas konsumen Ikhlas computer di Banjarmasin. Dalam penelitian ini menunjukan bahwa strategi produk, harga, promosi online, dan lokasi strategis efektif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, yang relevan untuk strategi pengembangan usaha.

Berawal dari berkembangnya minat konsumen terhadap produk fashion lokal premium yang tidak hanya menawarkan kualitas, tetapi juga nilai sosial. Fokus masalah penelitian ini terletak pada bagaimana strategi pemasaran dan pengalaman pelanggan dapat menciptakan hubungan yang mendalam antara brand dan konsumennya, sehingga mendorong membangun loyalitas yang berkelanjutan. Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diketahui bahwa industri fashion halal, khususnya brand lokal seperti Buttonscarves, menunjukkan potensi dalam meningkatkan

loyalitas pelanggan di kalangan masyarakat Surabaya. Ketertarikan peneliti untuk mengangkat judul penelitian "**Strategi Pengembangan Usaha Brand Lokal High-End dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis UPN Veteran Jawa Timur Pengguna Brand Fashion Buttonscarves**"

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan strategi brand lokal high-end dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada mahasiswa aktif Administrasi Bisnis UPN Veteran Jawa Timur sebagai pengguna brand fashion Buttonscarves sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha brand lokal *High-End* terhadap buttonscarves di kalangan mahasiswa aktif administrasi bisnis UPN Veteran Jawa Timur?
2. Bagaimana faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas mahasiswa aktif administrasi bisnis UPN Veteran Jawa Timur terhadap brand buttonscarves?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan strategi brand lokal high-end dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada mahasiswa aktif Administrasi

Bisnis UPN Veteran Jawa Timur sebagai pengguna brand fashion Buttonsscarves sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi strategi pengembangan usaha brand lokal *High-End* terhadap buttonsscarves di kalangan mahasiswa aktif administrasi bisnis UPN Veteran Jawa Timur.
2. Mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas mahasiswa aktif administrasi bisnis UPN Veteran Jawa Timur terhadap brand buttonsscarves.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang terbagi menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, sebagai berikut:

a) Manfaat Teoritis

1. Menambah wawasan dan pengetahuan terkait strategi high end brand serta pengembangan teori dalam bidang pemasaran untuk mempertahankan loyalitas di industri fashion lokal high-end.
2. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terutama pada strategi pemasaran untuk mengembangkan high-end brand lokal serta memperkuat loyalitas pelanggan pada segmen mahasiswa.
3. Memperkaya referensi akademis tentang perilaku konsumen mahasiswa, terutama loyalitas merek di sektor fashion sehingga dapat digunakan untuk studi terkait pemasaran dan manajemen merek di masa mendatang.

b) Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi Penulis mengenai strategi pemasaran yang efektif dalam menjaga loyalitas pelanggan di segmen mahasiswa

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menginspirasi pelaku bisnis fashion lokal untuk mengembangkan program-program pemasaran berdasarkan hasil analisis perilaku konsumen, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar di kalangan generasi muda.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk menerapkan strategi pengelolaan brand agar dapat relevan di pasar fashion lokal high-end di Indonesia.