



Pemanfaatan Usaha Jasa Jahit Jilbab dan Aksesoris Kain dari Sisa Kain Perca dalam Mengurangi Limbah Kain

Nurul Alfira Sari^{1*}, Muhammad Kurniawan², Ade Qamariah³, Kia Putri Wardani⁴,
Awaluddin Passangga⁵, Sapar⁶

^{1,2,3,4,5,6}Prodi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah
Palopo, Indonesia, 91922

E-mail:* nurulalfirasari@gmail.com

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i4.1735>

Info Artikel:

Diterima :
2024-04-29

Diperbaiki :
2024-06-26

Disetujui :
2024-09-13

Kata Kunci: Hijab, Jilbab,
Bisnis, Wirausaha, Aksesoris

Abstrak: Program Kreativitas Mahasiswa-Kewirausahaan (PKM-K) difokuskan pada pengembangan usaha jasa jahit jilbab dan aksesoris dari kain perca, mendorong mahasiswa untuk berinovasi dan berwirausaha dalam industri fashion. Program ini tidak hanya mengadopsi motif-motif budaya lokal yang sesuai dengan ajaran Islam tetapi juga menciptakan produk yang ekonomis dan menarik secara visual. Hasil kegiatan ini yaitu input, melakukan survei pasar untuk mengetahui kondisi pasar. Selanjutnya adalah studi kelayakan terhadap usaha yang akan dijalankan. Tahap terakhir adalah pemilihan bahan dan penyediaan tempat serta sarana dan prasarana untuk menunjang proses produksi. Proses (produksi), proses pembuatan jilbab dan aksesoris kain mulai dari persiapan bahan juga alat sampai jilbab dan aksesoris kain siap dipasarkan. Output, yaitu hasil kreatifitas jilbab dan aksesoris kain yang siap dipasarkan kepada konsumen. Yang terakhir adalah evaluasi, tahapan ini dilaksanakan pada saat proses produksi jilbab dan aksesoris kain telah selesai dilakukan. Kesimpulannya, PKM-K berhasil mengintegrasikan konsep kewirausahaan dengan praktik yang memungkinkan mahasiswa memanfaatkan sisa material untuk produk yang berdaya jual tinggi.

Abstract: The Student Creativity Programme-Entrepreneurship (PKM-K) is focused on developing a patchwork hijab and accessories sewing service business, encouraging students to innovate and become entrepreneurs in the fashion industry. The programme not only adopts local

cultural motifs that are in line with Islamic teachings but also creates products that are economical and visually appealing. The programme results are input, conducting a market survey to determine market conditions. Next is the feasibility study of the business to be run. The last stage is the selection of materials and the provision of space and facilities and infrastructure to support the production process. Process (production), the process of making headscarves and fabric accessories starting from the preparation of materials and tools until the headscarves and fabric accessories are ready to be marketed. Output, which is the result of the creativity of headscarves and fabric accessories that are ready to be marketed to consumers. The last is evaluation, this stage is carried out when the production of hijab sewing services and fabric accessories has been completed. In conclusion, PKM-K successfully integrates the concept of entrepreneurship with practice that allows students to utilise leftover materials for products that are highly marketable.

Keywords: *Hijab, headscarf, business, entrepreneurship, accessories*

Pendahuluan

Jilbab adalah kerudung yang diikatkan pada kepala seseorang muslimah. Jilbab seringkali disamaartikan dengan hijab, namun sebenarnya yang berlaku saat ini mengenai hijab adalah pakaian seorang Wanita muslim (muslimah) yang mencakup semua bagian tubuh seseorang, kecuali wajah dan tangan (Khalil & Thahir, 2021).

Jilbab atau hijab telah mengalami perkembangan signifikan sebagai gaya hidup bagi sebagian muslimah. Awalnya dipahami sebagai kewajiban agama, jilbab kini juga dianggap sebagai manifestasi dari fenomena sosial dan gaya hidup. Maraknya penggunaan jilbab tidak hanya didasari oleh alasan agama, tetapi juga oleh alasan politik, hukum, dan lainnya. Hal ini telah mengungkap bahwa jilbab bukan sekedar penggambaran kesalehan, tetapi juga sudah bagian dari gaya hidup untuk menciptakan suasana religius dalam kehidupan sehari-hari (Rukiah, 2016).

Studi juga menunjukkan bahwa jilbab atau hijab telah menjadi *live style* bagi wanita perkotaan. Fenomena penggunaan jilbab tidak hanya dipahami sebagai ekspresi kesalehan, tetapi juga sebagai bagian dari fesyen atau gaya berpakaian. Komunitas seperti "*Hijabers Community*" telah memainkan peran penting dalam menciptakan gaya hijab yang modern namun tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syar'i (Jun et al., 2020).

Penelitian lain menunjukkan bahwa penggunaan jilbab juga dapat dikatakan sebagai gaya hidup dari pemakainya. Komunitas-komunitas seperti "*Hijabers Community*" menjadi wadah tempat berkumpulnya perempuan berhijab yang kreatif

dan inspiratif, di mana mereka berbagi pengalaman, ilmu, dan melakukan kegiatan-kegiatan positif.

Dengan demikian, jilbab atau hijab telah berkembang dari sekadar kewajiban agama menjadi bagian integral dari gaya hidup bagi sebagian muslimah, terutama di lingkungan perkotaan. Hal ini tercermin dalam tren penggunaan jilbab yang tidak hanya mengikuti aturan agama, tetapi juga mencerminkan gaya dan fesyen yang sesuai dengan tuntutan zaman. Perkembangan teknologi yang kini menggunakan platform jahit online juga menjadi solusi bagi konsumen yang ingin meng custom jilbab sendiri secara online tanpa harus bertatap muka secara langsung, dan juga membantu penjahit dan pemilik butik saling terhubung (Zayudi & Adi Candra, 2021).

Selain itu, bisnis hijab dan jilbab juga dapat memberikan kontribusi yang baik bagi pengusaha jilbab, pembeli, dan negara. Di Indonesia, bisnis hijab dan jilbab juga telah mengalami perkembangan yang signifikan, seperti bisnis jilbab dengan mengusung budaya khas Indonesia dengan motif dan coraknya, namun tetap sesuai dengan kaidah ajaran Islam (Aslamiyah et al., 2018). Selain faktor di atas, keputusan memilih jilbab juga dapat dipengaruhi oleh budaya, tafsir agama, kultur sosial ekonomi, trend dunia, dan media sosial (Darmawati H, 2020).

Berbagai aspek mempengaruhi perkembangan industri hijab di suatu negara, misalnya jumlah penduduk Muslim yang tinggal, kebijakan pemerintah, budaya asli, dan perkembangan teknologi dan ekonomi. Seperti yang terjadi di Iran, karena kebijakan pemerintah Iran kebijakan pemerintah Iran dalam mempromosikan jenis tekstil tertentu, maka perkembangan hijab fashion di Iran mengikuti kondisi tersebut (Jun et al., 2020).

Industri Pasar fesyen hijab telah menjadi segmen utama industri fesyen dan menjadi target bagi merek-merek global, dengan nilai pasar potensial sebesar \$373 miliar. Temuan ini memiliki implikasi praktis bagi para penjual yang menargetkan pasar fesyen hijab, terutama dalam membedakan gaya hijab yang dikomodifikasi dengan gaya hijab konservatif dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen (Khan et al., 2022). Pertumbuhan pasar fesyen hijab menghadirkan peluang besar bagi industri fesyen, dan memahami persepsi dan preferensi konsumen Muslim sangat penting untuk menawarkan produk yang tepat dan menangkap pangsa pasar yang berkembang pesat ini (Shin et al., 2023).

Kain perca adalah limbah tekstil atau sisa potongan kain dari sisa jahit. Kain perca dapat dijadikan kerajinan suatu produk yang sangat bermanfaat, kreativitas ibu-ibu rumah tangga dapat memanfaatkan kain perca menjadi produk yang memiliki nilai ekonomis. Sebagian besar masyarakat sudah tahu apa itu kain perca,

ternyata masih bisa dimanfaatkan, bahkan di tangan-tangan kreatif, kain perca dapat disulap menjadi barang-barang yang kerajinan yang trend dan tentunya bermanfaat (Khoiriah & Ningsih, 2023). Aksesoris kain tradisional seperti Kain Maduaro, Batik, dan Endek memiliki ciri-ciri yang unik dan diminati di masyarakat. Misalnya, Endek, kain khas Bali, memiliki corak yang unik dan kental dengan nuansa etnik, dan sering digunakan (Martiningsih et al., 2017). Selain itu, aksesoris kain yang diminati juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti citra merek, kualitas produk, dan harga (Putu Silvia Marcelina et al., 2023).

Dengan memanfaatkan limbah kain perca, inisiatif ini juga bertujuan untuk mengurangi dampak lingkungan akibat limbah kain yang sulit diurai dan dapat menimbulkan pencemaran lingkungan jika tidak dikelola dengan baik (Fauzi & Harap, 2023).

Limbah kain perca dapat didaur ulang untuk membuat produk dengan nilai tambah dan nilai jual yang tinggi, seperti dompet kain, pouch, pincushion, dan tas unik. Inisiatif ini tidak hanya ramah lingkungan, tetapi juga dapat menjadi peluang usaha dan sumber penghasilan tambahan bagi masyarakat (Sidorahayu & Desa, 2021). Beberapa inisiatif melibatkan pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM dalam memanfaatkan limbah kain perca. Contohnya, pelatihan dan pendampingan dilakukan untuk mengajarkan cara mengubah limbah kain perca menjadi produk bernilai jual (Surakarta, 2019).

Produksi Aksesoris Kain dipilih karena terindikasi diminati oleh masyarakat Bogor dan berpotensi menyumbang penyerapan tenaga kerja dan investasi bisnis membuat aksesoris berbahan dasar kain perca limbah konveksi. Kewirausahaan sosial dapat menjadi solusi terhadap peningkatan perekonomian melalui pemberdayaan masyarakat, khususnya perempuan (Vikaliana & Andayani, 2018).

Metode

Penelitian ini menggunakan Participatory Action Research (PAR) adalah proses yang digunakan PKM untuk mempelajari dan menjawab kebutuhan masyarakat umum dalam hal penilaian dan pengelolaan kebutuhan praktis , serta produksi pengetahuan umum dan perubahan sosial terkait agama. Oleh karena itu , pendekatan ini menjadi sarana untuk menumbuhkan kesadaran kritis secara kolektif terhadap keberadaan paradigma normatif keagamaan dan ideologi globalisasi yang menghambat proses transformasi sosial dalam keagamaan. Salah satu tujuan utama PAR adalah pemberdayaan masyarakat. Penelitian ini berpotensi memberdayakan masyarakat dengan mengajarkan keterampilan jahit menjahit, pengelolaan usaha, serta pemanfaatan limbah kain secara kreatif dan ekonomis.

Sasaran kegiatan, yang menjadi sasaran pelaksanaan kegiatan program ini adalah perempuan usia 15 s/d 50 tahun yang ada di Luwu Raya dan sekitarnya, terkhususnya penduduk Kota Palopo, dan para Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo.

Lokasi kegiatan, lokasi penelitian ini kami pusatkan di kota Palopo, selain karena lokasi ini strategis juga mudah untuk mendapatkan bahan yang menunjang kegiatan dan juga proses produksi, disisi lain kami melihat potensi pasar yang besar di kota Palopo yang mayoritas penduduk kota ini merupakan muslim.

Metode yang digunakan, Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan usaha ini adalah berdasarkan input, proses, output (produk), dan evaluasi sebagai berikut:

1. Tahap 1 (Input)

Sebelum melakukan kegiatan produksi ini, kami melakukan survei pasar terlebih dahulu untuk mengetahui kondisi pasar, minat konsumen, serta melihat beberapa produk sejenis agar kami bisa menentukan harga untuk disesuaikan dengan kemampuan ekonomi masyarakat.

Setelah melakukan survei pasar, yang kami lakukan adalah studi kelayakan terhadap usaha yang akan kami jalankan, studi kelayakan ini dilakukan agar kami dapat mengetahui perkiraan usaha ini memiliki prospek jangka panjang. Pada tahap ini, analisis ekonomi sangat diperlukan agar kami dapat melihat keuntungan kedepannya sehingga potensi usaha ini dapat diketahui jangka peluang usaha kami.

Tahap terakhir yaitu pemilihan bahan dan penyediaan tempat serta sarana dan prasarana sehingga dapat menunjang proses produksi, pada tahap ini ditujukan untuk langkah awal yang harus dilakukan untuk membangun usaha jasa jahit jilbab dan aksesoris kain.

2. Tahap 2 (Proses)

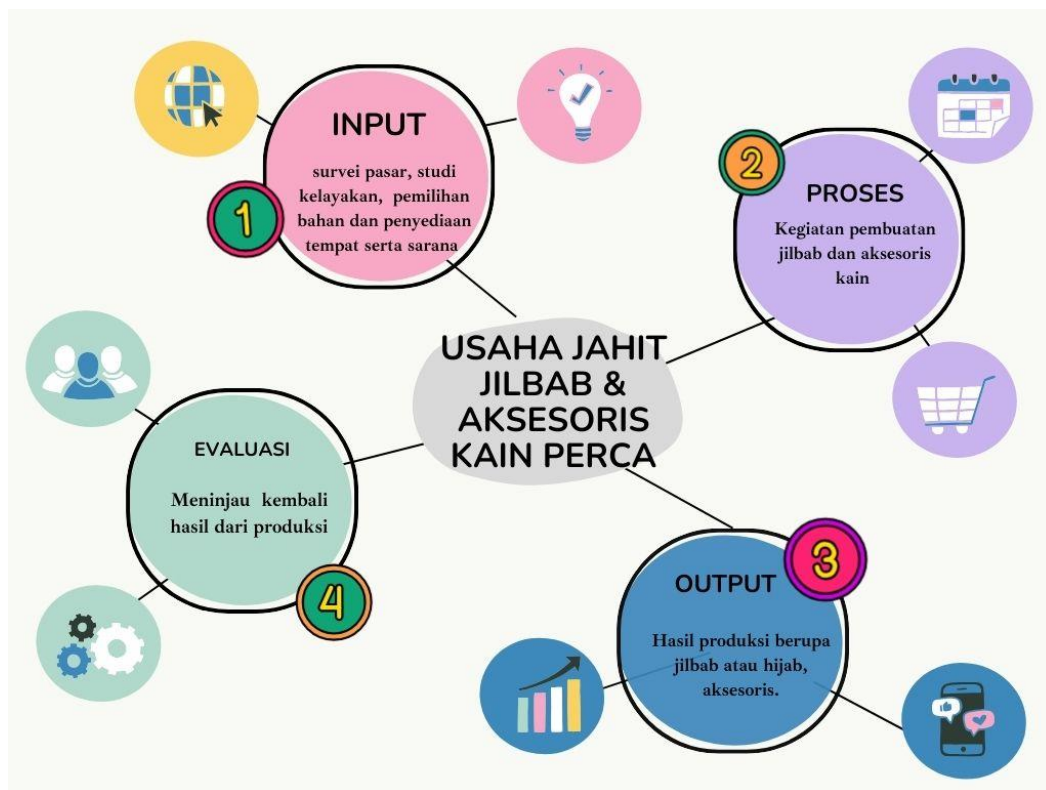
Kegiatan pembuatan jilbab dan aksesoris kain dilakukan pada bulan Desember 2023. Semua bahan yang di perlukan dapat di beli di toko kain dan perlengkapan menjahit. Alat sendiri bisa di temukan di toko-toko terdekat dan juga menyewa mesin jahit, setelah alat dan bahan lengkap dilanjutkan dengan proses menjahit kain menjadi jilbab dan aksesoris kain. Menjahit jilbab dan aksesoris kain akan di jelaskan di hasil dan penjelasan proses produksi.

3. Tahap 3 (Output)

Hasil produksi yang dibuat dalam program kreativitas mahasiswa (PKM) ini adalah jilbab atau hijab, aksesoris yang terbuat dari kain misalnya ikat rambut, tali masker, tas dari kain dan lain sebagainya. Yang kemudian akan di buat sedemikian rupa sehingga menciptakan nilai ekonomis tinggi.

4. Tahap 4 (Evaluasi)

Jadi tahap ini akan kami laksanakan pada akhir saat jasa dan produksi jilbab dan aksesoris kain telah selesai atau tahap penyelesaian dilakukan. Pada tahap akhir ini akan meninjau tentang kekurangan- kekurangan apa yang membuat konsumen tidak menyukai jasa dan produk kami serta apa yang akan mengakibatkan usaha kami berpotensi tidak mencapai keuntungan dan perkembangan yang sudah kami rencanakan



Gambar 1. Diagram Proses Perencanaan.

Hasil dan Pembahasan

1. Input

Sebelum melakukan kegiatan Produksi ini kami melakukan survei pasar terlebih dahulu agar kami bisa mengetahui kondisi pasar, minat konsumen serta melihat beberapa produk sejenis agar kami bisa menentukan harga untuk disesuaikan dengan kemampuan ekonomi masyarakat.

Setelah melakukan survei pasar, yang kami lakukan adalah studi kelayakan terhadap usaha yang akan kami jalankan, studi kelayakan ini dilakukan agar kami dapat mengetahui perkiraan usaha ini memiliki prospek jangka panjang. Pada tahap ini, analisis ekonomi sangat diperlukan agar kami dapat melihat keuntungan kedepannya sehingga potensi usaha ini dapat diketahui jangka peluang usaha kami.

Selanjutnya, tahap terakhir yaitu pemilihan bahan dan penyediaan tempat serta sarana dan prasarana sehingga dapat menunjang proses produksi.

Adapun bagian hasil dan pembahasan yaitu menjelaskan dan menguraikan tentang pemilihan bahan dan alat:

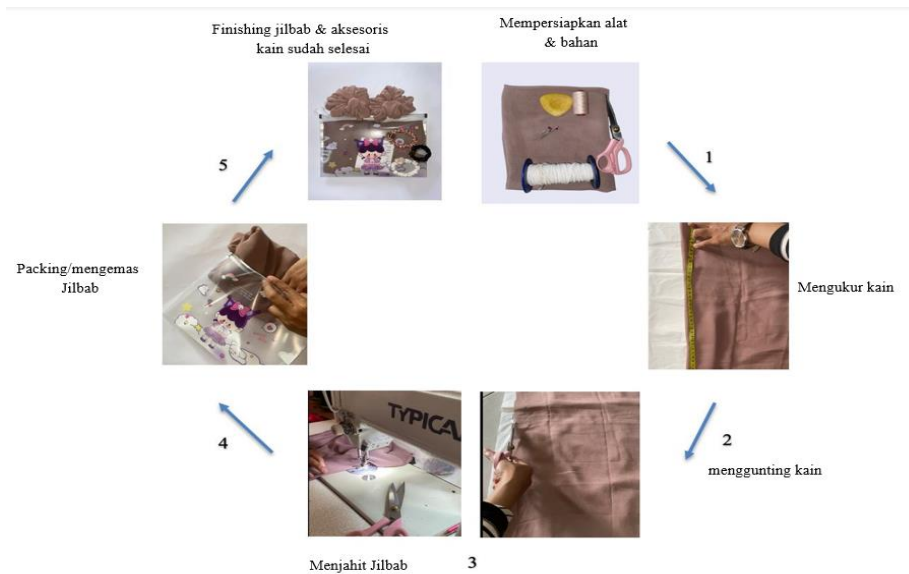


Gambar 2. Bahan Dan Alat Mesin Jahit Meter, Gunting, Benang, Karet, Pentul, Kapur Jahit, Dan Kain.

2. Proses

Tahap-tahap yang harus dikerjakan dalam proses pembuatan jilbab dan aksesoris kain tertera pada uraian berikut:

- Menyiapkan alat dan bahan
- Meletakkan kain, mengukur kain sesuai dengan model dan kebutuhan.
- Menggunting kain
- Menjahit kain sesuai dengan model hijab atau aksesoris yang diinginkan
- Membuat dan mengecek produk.
- Packing produk dan finishing.



Gambar 3. Proses Pembuatan Produk Jilbab dan Aksesoris Kain

3. Output

Output dari produksi yang kami buat dalam program kreativitas mahasiswa yaitu berupa jilbab dan aksesoris yang terbuat dari kain misalnya ikat rambut, tali, masker, tas dari kain dan lain sebagainya. Yang kemudian akan dibuat sedemikian rupa sehingga menciptakan nilai ekonomis yang tinggi. Usaha jasa dan produk jilbab dan aksesoris kain menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Pelanggan dapat memilih desain, warna, dan bahan kain yang mereka inginkan, sehingga produk yang diproduksi dapat memenuhi permintaan dan kebutuhan pelanggan. Usaha jasa jahit jilbab dan aksesoris kain memungkinkan pemilik usaha untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam desain produk. Hal ini dapat membantu pemilik usaha untuk membedakan produk mereka dari pesaing dan menarik minat pelanggan.

Berikut adalah produk yang dihasilkan:



Gambar 4. Output Jilbab dan Aksesoris Kain

4. Evaluasi

Tahap ini dapat dilaksanakan setelah proses pembuatan Jilbab dan Aksesoris Kain. Pada tahap akhir akan meninjau tentang kekurangan- kekurangan yang membuat para konsumen tidak cocok dengan model yang kami buat memakai produk kami serta kekurangan yang mengakibatkan usaha kami berpotensi tidak mencapai target keuntungan dan perkembangan yang sudah direncanakan. Evaluasi tersebut diantaranya, evaluasi kualitas produk, dan bahan- bahan yang kami gunakan. evaluasi biaya pembuatan produk, evaluasi harga jual produk Jilbab dan Aksesoris kain, dan evaluasi tempat pemasaran produk.

Berikut adalah dokumentasi pemasaran produk jilbab dan aksesoris kain secara online dan offline:



Gambar 5. Dokumentasi pemasaran secara online dan offline

Kesimpulan

Berdasarkan proses penjualan jilbab dan aksesoris kain secara online ini bahwa yang kami buat memiliki kegunaan bagi muslimah. Demi terwujudnya mahasiswa yang kreatif dan memiliki motivasi yang tinggi untuk mendirikan usaha. Saran dalam kegiatan penjualan jilbab dan aksesoris kain ini perlu inovasi yang beraneka variasi inovasi agar calon konsumen lebih tertarik untuk membeli produk dan demi meningkatkan usaha jangka panjang dan kami harap dapat memperluas peluang kerja

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada bapak dosen yang telah membimbing kami dalam proses pembuatan artikel ini. Terimakasih juga kepada segenap rekan dan semua pihak yang terlibat dalam proses pembuatan produk ini. Sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan perencanaan. Kritikan dan masukan dapat membantu kami untuk menjadi acuan kami kedepannya dalam pembuatan produk yang disajikan.

Referensi

- Aslamiyah, S., Rahayu, M., & Djawahir, A. H. (2018). Peranan Perubahan Budaya Berjilbab Dalam Implementasi Strategi Dan Efeknya Terhadap Kinerja Bisnis Pada Usaha Kecil Jilbab. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 9–25. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i1.2151>
- Darmawati H. (2020). Paham dan Sikap Keagamaan Siswi Terhadap Kewajiban Hijab/Jilbab: Studi Perbandingan SMA dan MAN di Kota Makassar. *Jurnal Aqidah-Ta*, VI(1).
- Fauzi, I., & Harap, D. (2023). Pemanfaatan Limbah Kain Perca Menjadi Produk Yang Mempunyai Nilai Jualsd 100105 Aek Lubuk Parsalakan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Aufa (JPMA)*, 5(1), 23. <https://doi.org/10.51933/jpma.v5i1.960>
- Jun, S., Yoyok, S., Sanaji, & Chendra, W. S. (2020). Antecedents of Consumer Buying Intention on the Products of Hijab SMEs in Gresik. *HOLISTICA – Journal of Business and Public Administration*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.2478/hjbpa-2020-0001>
- Khalil, M. I. I., & Thahir, A. H. (2021). Hijāb Dan Jilbab Perspektif Asma Barlas Dan Posisinya Dalam Tipologi Tafsir Kontemporer Sahiron Syamsuddin. *Qof*, 5(1), 75–88. <https://doi.org/10.30762/qof.v5i1.3730>
- Khan, Y., Afridi, F. e A., Ahmad, W., & Awan, S. H. (2022). The Hijab Consumer Attitude toward Hijab Fashion Brand: A Case of the Developing Country. *Journal of Social Sciences Review*, 2(4), 125–137. <https://doi.org/10.54183/jssr.v2i4.63>
- Khoiriah, N., & Ningsih, D. (2023). *Praxis : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelatihan Pembuatan Bros Jilbab dari Kain Perca pada Ibu – Ibu Rumah Tangga Kelurahan Pondok Benda*. 3(1), 101–107.
- Martiningsih, E., Adiaksa, A., Universitas, D., Denpasar, M., Politeknik, D., & Bali, N. (2017). *Alternatif Pewarnaan Pada Kain Tradisional Endek Issn : 1979-0953*. 10(2), 26–31.
- Putu Silvia Marcelina, Yosephine Jessica Teyseran, & Catharina Aprilia Hellyani. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Konsumen Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 252–262. <https://doi.org/10.55606/jimek.v3i2.1805>
- Rukiah, Y. (2016). FESYEN SEBAGAI GAYA HIDUP MASYARAKAT KOTA Studi Kasus: Gaya Hijabers Community. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 1(2),

165–174. <https://doi.org/10.25105/jdd.v1i2.1358>

Shin, J., Lew, Y. K., & Seo, M. (2023). Between Fashion and Piety: Hijab Influencers and Religious Communities in the Consumer Socialization of Indonesian Muslims. *Clothing and Textiles Research Journal*, July. <https://doi.org/10.1177/0887302X231191238>

Sidorahayu, L. E. S. D., & Desa, L. E. S. (2021). *Pemanfatan-Pemanfaatan Usaha Bernilai*. V(2).

Surakarta, S. (2019). WASANA NYATA : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat ISSN : 2580-8443 (online) WASANA NYATA : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat ISSN : 2580-8443 (online). 3(1), 43–47.

Vikaliana, R., & Andayani, A. (2018). Social Entrepreneurship: Kewirausahaan Perempuan di Bogor melalui Pengolahan Kain Perca Limbah Konveksi menjadi Aksesoris. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 323–329. <https://doi.org/10.21067/jpm.v3i2.2864>

Zayudi, Z., & Adi Candra, J. (2021). Analisis Praktek Jual Beli Online Di Toko Barokah Hijab Prabumulih Dalam Perspektif Fiqih Muamalat. *ADL ISLAMIC ECONOMIC : Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(2), 121–142. <https://doi.org/10.56644/adl.v2i2.28>