

Inovasi dalam Bisnis Halal

St. Rahma

UIN Alauddin Makassar, Indonesia

Strahma200598@gmail.com

| Received: | Revised: | Approved: |
|------------------|------------------|------------------|
| 30 November 2023 | 21 Desember 2023 | 31 Desember 2023 |

Abstract

Innovation means finding something new or making various updates in the form of products, ideas, designs, and so on. One of the most important characteristics of a business is its ability to innovate. The halal industry is one of the businesses that is experiencing very fast development in Indonesia. This refers to high public awareness of the importance of using products that are guaranteed to be safe (halal). The method used in this study uses a library method or approach(library research). The data collected is secondary data that comes from various sources, both print and electronic. From this discussion it can be concluded that, seeing the government's increasingly intensive efforts to advance the halal industry, now many business people have started to play a role in advancing the Indonesian halal industry. One of the innovations in the halal business is the Muslim fashion brand Noore. Blending conceptssportswear comfortable and elegant design, loose cut and slightly silhouetted, really meet the needs of Muslim women to choose a comfortable hijab for exercising. Noore develops patterns and product designs so that women who wear hijab can wear beautiful clothes, but still be polite.

Keywords: innovation; halal business; muslim fashion

Abstrak

Inovasi berarti menemukan sesuatu hal yang baru atau melakukan berbagai pembaruan berupa produk, ide, desain, dan lain sebagainya. Salah satu karakter yang paling penting dari sebuah bisnis adalah kemampuannya untuk berinovasi. Industri halal merupakan salah satu bisnis yang mengalami perkembangan sangat cepat di Indonesia. Hal ini mengacu pada kesadaran masyarakat yang tinggi akan pentingnya menggunakan produk yang terjamin keamanannya (halal). Metode yang digunakan dalam kajian ini menggunakan metode atau pendekatan kepustakaan (library research). Data yang dikumpulkan merupakan data sekunder yang berasal dari berbagai sumber baik cetak dan elektronik. Dari pembahasan tersebut dapat

disimpulkan bahwa, melihat semakin gencarnya upaya pemerintah dalam memajukan industri halal, kini sudah mulai banyak pebisnis yang ingin ikut berperan dalam memajukan industri halal Indonesia. Salah satu inovasi dalam bisnis halal yaitu brand fashion muslim Noore. Memadukan konsep sportswear yang nyaman dan desain yang elegan, potongannya yang loose dan sedikit siluet, sangat memenuhi kebutuhan muslimah untuk memilih hijab yang nyaman untuk berolahraga. Noore mengembangkan pola dan desain produk agar wanita berhijab dapat mengenakan pakaian yang indah, namun tetap sopan.

Kata Kunci: inovasi; bisnis halal; fashion muslim

Pendahuluan

Inovasi merupakan kata yang sudah tidak asing lagi ditelinga kita, yang menjadi satu kata kunci bagi kalangan dunia bisnis. Di era baru millennium ini, ketika pasar penjualan mulai bertransformasi menjadi pasar pembeli, peran inovasi tampaknya semakin penting dan sangat menentukan untuk bisa memenangkan persaingan. Sedangkan pada abad 21, yang bisa di sebut sebagai era globalisasi yang sebenarnya peran inovasi tentu akan lebih penting dan menentukan, meski formatnya agak berbeda karena adanya pergeseran pasar dari pasar lokal dan regional ke pasar global. Seperti di ketahui bahwa pasar global tidak hanya menghasilkan persaingan yang lebih ketat tetapi juga lebih tidak berpola dan kompleks, ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi sebagai pasar persaingan sempurna.

Larsen, P dan Lewis, A, (2007) menyatakan bahwa "salah satu karakteristik terpenting dari sebuah perusahaan adalah kemampuannya untuk berinovasi". Selain itu, dengan menerapkan inovasi bisnis, suatu perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitornya. Ada banyak keuntungan yang didapat dari adanya inovasi bisnis, dan bisnis tidak akan bertahan lama tanpa inovasi. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selalu menggunakan produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Karena itu, diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan ingin terus tumbuh dan bertahan.

Inovasi juga dapat berdampak pada perkembangan bisnis, yang akan memengaruhi kinerja serta pendapatan perusahaan. Semakin sering suatu perusahaan berinovasi, semakin besar pula peluang perusahaan dikenal oleh banyak konsumennya. Perry menambahkan, ada tiga poin penting yang dapat dijadikan pertimbangan agar pengembangan riset inovasi dapat sejalan dengan upaya penguatan industri halal. Pertama, inovasi dan riset berbasis pada ragam kekayaan khas yang dimiliki Indonesia. Menurutnya, Indonesia memiliki

berbagai sumber daya, baik alam maupun budaya, yang dapat dikembangkan dan memerlukan riset mendalam. Industri halal merupakan salah satu dari perkembangan ekonomi Islam global yang mengalami pertumbuhan yang sangat cepat di dunia (Abdullah & Azam, 2020). Artinya, masyarakat umum sadar akan pentingnya menggunakan produk yang terjamin keamanannya (Halal).

Berdasarkan data Direktorat Jenderal Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Indonesia muslim di Indonesia mencapai 86,88 persen. Menurutnya, kondisi ini jelas sangat menarik dan Indonesia sebagai mayoritas muslim diharapkan mampu memanfaatkan dari besarnya potensi pasar produk halal ini. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia berpotensi mendominasi produk halal di kancah global. Untuk mencapai hal tersebut, aspek halal dan inovasi produk harus dipadukan dan dijalankan secara beriringan. Berdasarkan laporan The State of Global Islamic 2020-2021, belanja warga Muslim dunia mencapai lebih dari dua triliun dollar AS antara lain untuk produk makanan, fashion, kosmetik, farmasi, hingga sektor rekreasi atau pariwisata.

Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode atau pendekatan kepustakaan (library research). Studi pustaka atau kepustakaan dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian (Zed, 2003:3). Ciri khusus yang digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan pengetahuan studi kepustakaan antara lain; penelitian ini berhubungan langsung dengan data atau teks yang disajikan, bukan dengan data lapangan atau melalui saksi mata berupa kejadian, peneliti hanya berhubungan langsung dengan sumber yang sudah ada di perpustakaan atau data bersifat siap pakai, serta data sekunder yang digunakan. Data yang dikumpulkan merupakan data sekunder yang berasal dari berbagai sumber baik cetak dan elektronik. Untuk karya tulis ini bersumber dari media cetak yaitu dari buku, jurnal dan beberapa referensi elektronik (e-book) terkait inovasi dalam bisnis halal.

Hasil dan Pembahasan

Pengertian Inovasi

Inovasi adalah menemukan sesuatu hal yang baru atau membuat berbagai pembaruan yang membentuk suatu produk, ide, desain, dan lain

sebagainya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), inovasi merupakan penggabungan atau pengenalan hal-hal baru, pembaruan, penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya (gagasan, metode, atau alat), atau unsur yang mengalami pembaruan dalam bahasa modern. Adapun menurut UU No. 11 Tahun 2019, inovasi adalah hasil refleksi, penelitian, pengembangan, pengkajian, dan/atau penerapan yang mengandung unsur kebaruan dan telah diterapkan serta memberikan manfaat, ekonomi dan/atau sosial.

Menurut Drucker (2012), inovasi adalah alat khusus bagi perusahaan di mana dengan inovasi dapat mengeksplorasi atau memanfaatkan perubahan yang terjadi sebagai sebuah kesempatan untuk menjalankan suatu bisnis yang berbeda. Hal ini dapat direpresentasikan sebagai sebuah disiplin, pembelajaran, dan dipraktikkan sebagai sebuah ilmu. Sementara itu menurut Bateman dan Snell (2009), inovasi adalah perubahan metode atau teknologi yang bermanfaat dan berbeda dari praktik yang sudah ada. Ada dua jenis inovasi yaitu inovasi proses dan inovasi produk. Proses inovasi adalah perubahan yang mempengaruhi cara output dalam produksi, sedangkan inovasi produk sendiri memiliki definisi sebaliknya yaitu inovasi produk adalah perubahan dalam output aktual baik itu barang maupun jasa itu sendiri.

Kemudian menurut Makmur dan Thahier (2015), inovasi berasal dari Bahasa Inggris innovation yang berarti perubahan sehingga inovasi dapat diartikan sebagai suatu proses kegiatan atau pemikiran manusia dalam menemukan sesuatu yang baru yang berkaitan dengan input, proses, dan output, serta dapat memberi manfaat dalam kehidupan manusia. Ahmed and Shepherd dalam Sukmadi menjelaskan bahwa, "inovasi adalah cara mewujudkan gagasan baru yang dilakukan dengan produksi atau mengubah suatu produk menjadi nyata, baru dan berbeda. Untuk mencapai target pasar, inovasi dilakukan dengan teknik produksi baru menggunakan teknologi untuk meningkatkan kualitas produk. Dengan kata lain, inovasi yaitu perubahan atau penemuan ide untuk memperbaiki dan mengembangkan guna memenuhi kebutuhan konsumen.

Adapun inovasi bisnis merupakan salah satu upaya perusahaan untuk mengembangkan, memperkenalkan, dan menerapkan gagasan baru yang berhubungan dengan produk maupun layanan dari suatu perusahaan. Pengertian inovasi akhirnya memang menjadi luas tetapi pada dasarnya inovasi merupakan suatu proses yang tidak hanya terbatas pada penciptaan ide atau pemikiran baru. Ide tersebut harus diimplementasikan melalui proses adopsi, dan adopsi adalah keputusan untuk menggunakan inovasi secara keseluruhan sebagai cara tindakan yang terbaik.

Ciri-ciri Inovasi

Inovasi memiliki beberapa ciri untuk menciptakan inovasi yang baru, diantaranya :

- a. Memiliki keunikan/khusus, artinya suatu inovasi mempunyai ciri khas disetiap gagasan, rencana, aturan, struktur, termasuk peluang yang diinginkan.
- b. Mempunyai unsur kebaruan, dalam arti suatu inovasi perlu adanya individualitas sebagai hasil pemikiran kekuatan terbaru dan asli.
- c. Susunan sistem kinerja pada inovasi, yaitu inovasi dikembangkan secara rinci, tidak terburu-buru dengan teknik yang sudah direncanakan sebelumnya.
- d. Tujuan dari penggerakan inovasi harus terarah menggunakan strategi yang akan dicapai.

Saat ini banyak orang berlomba-lomba dalam menciptakan inovasi. Namun perlu diingat bahwa, inovasi yang diciptakan harus memiliki keunggulan dan keunikan dari para pesaingnya. Sehingga, inovasi yang dihasilkan memiliki ciri khas tersendiri.

Jenis-jenis Inovasi

Jenis inovasi antara lain sebagai berikut:

- a. Inovasi produk (*product innovation*), yaitu inovasi berfokus pada produk yang ditawarkan. Inovasi ini dibagi menjadi inovasi kapabilitas produk, sistem produk, pemecahan, dan pengetahuan pelanggan.
- b. Inovasi proses (*process innovation*), yaitu inovasi yang mengubah proses produksi atau pengiriman produk. Inovasi ini terdiri dari sub kategori pengalaman pelanggan, proses utama, platform produk, rantai pasok, jaringan distribusi, dan layanan pelanggan.
- c. Inovasi merek (*brand innovation*), yaitu inovasi yang mengubah konteks yang mana produk atau jasa yang ditawarkan. Inovasi ini dibagi menjadi posisi, merek, dan cara pandang.
- d. Inovasi model bisnis (*business model innovation*), yaitu inovasi yang mengubah konteks di mana produk atau jasa yang ditawarkan. Inovasi ini dibagi menjadi posisi, sumber pendapatan, dan cara pandang.

Sedangkan Meeus & Edquist dalam Rosyiana, membagi inovasi produk menjadi:

- 1) Barang baru, yaitu inovasi produk berwujud di bagian manufaktur.
- 2) Layanan baru, jasa tidak berwujud dan sering dikonsumsi secara bersama untuk produksi untuk memenuhi keinginan non-fisik dari penggunanya.

Manfaat Inovasi

Dalam bukunya Sukmadi, Everett Rogers menjelaskan bahwa inovasi tidak hanya berhubungan dengan keterampilan atau sistem baru, akan tetapi melalui penilaian, dikarenakan dapat membawakan manfaat yang

menguntungkan, bukan hanya mengimplikasikan dengan iptek baru, inovasi harus mengaitkan mengarah pada pergantian sosial. Manfaat dari inovasi adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan menemukan ciptaan baru yang membantu memenuhi kebutuhan hidup manusia.
- b. Menguatkan suatu perusahaan untuk meningkatkan pemasaran dan keuntungan yang diperoleh.
- c. Kemampuan menyalurkan kreativitas kedalam wadah untuk menciptakan sesuatu yang baru.
- d. Keberagaman jenis produk yang ada di pasaran.

Inovasi dapat menunjang faktor pendukung seperti:

- 1) keinginan untuk berubah dari tidak bisa menjadi bisa dan dari tidak tahu menjadi tahu;
- 2) kebebasan berekspresi;
- 3) bimbingan mengenai cakupan wawasan yang luas;
- 4) sarana dan prasarana yang tersedia; dan
- 5) situasi yang harmonis, baik lingkungan keluarga, pergaulan, ataupun sekolah.

1. Proses Inovasi

Proses inovasi merupakan rangkaian aktivitas yang dilakukan oleh individu atau organisasi, mulai dari sadar dan tahu akan inovasi sampai dengan mengimplementasikannya dalam usaha. Inovasi digambarkan sebagai metode yang peredarnya berlangsung terus menerus, meliputi fase kesadaran, penghargaan, adopsi, difusi dan implementasi. De Jong & Den Hartog, dalam bukunya Sukmadi menjelaskan bahwa proses inovasi terdiri atas:

- a. Mencetuskan ide, dengan membentuk rencana dan rancangan inovasi .
- b. Resolusi masalah, dengan memutuskan dan memecahkan ide dalam suatu komponen, dengan memprioritaskan setiap komponen, memcahkan pilihan yang tepat untuk setiap masalah, dan mempertimbangkan pemilihan suatu metode dengan tolak ukur dalam fase pertama yang menciptakan penemuan baru dalam inovasi dengan mengangkat kemudian menerapkannya.

Tahapan dalam Proses Inovasi

De Jong & De Hartog, memberi perincian mengenai teknik inovasi tahapannya sebagai berikut:

- a. Melihat kesempatan. Kesempatan akan muncul apabila ada suatu permasalahan. Oleh karena itu, tindakan inovatif dimulai dengan mengenali peluang yang ada.
- b. Mengeluarkan ide. Ketika dihadapkan pada suatu masalah maka harus mengeluarkan ide sebanyak mungkin untuk menyelesaikannya.

- c. Mengkaji ide. Tidak semua ide bisa digunakan, maka harus dikaji terlebih dahulu. Salah satu yang harus dipertimbangkan adalah seberapa besar ide akan memberi keuntungan dan kerugian. Kajian ide dilakukan terus menerus sampai ditemukan peluang yang tepat.
- d. Pelaksanaan. Dibutuhkan keberanian dalam mengambil risiko. Dalam pengambilan risiko sebaiknya menggunakan tarif sedang, berhubungan dengan peluang untuk mencapai tujuan dalam berinovasi.

2. Bentuk dan Contoh Inovasi

Menurut Stamm (2008), terdapat tiga model inovasi yaitu, melakukan modifikasi sederhana pada produk dan tidak menghilangkan sifat aslinya, kedua melakukan pembuatan produk yang baru dengan memiliki keunikan dan berbeda dengan produk sebelumnya serta memiliki sifat yang baru. Lalu yang ketiga memiliki kreativitas dalam menciptakan produk yang baru atau memodifikasi produk yang sudah ada sebelumnya serta membuat dan mengubah bentuk atau desain agar dapat mencapai keunggulan yang kompetitif.

Ada berbagai inovasi yang telah diciptakan di seluruh dunia, berikut bentuk dan contoh inovasi di bawah ini dikutip situs Simpli Cable.

a. Pendidikan

Dari segi pendidikan, saat ini sudah banyak inovasi yang dilakukan agar sistem pembelajaran menjadi efektif dan efisien. Misalnya, banyak sekolah-sekolah yang telah menerapkan pembelajaran jarak jauh dengan menggunakan berbagai aplikasi komunikasi berbasis video untuk menghubungkan para siswa dengan guru.

b. Pelayanan Publik

Dari sisi pelayanan publik, saat ini masyarakat semakin mudah dalam mengurus berbagai hal di kantor pemerintahan karena pelayanan publik dibuat lebih mudah. Misalnya, kini membuat paspor bisa mendaftar secara online sehingga tidak perlu meantre lama.

c. Transportasi

Kini masyarakat juga semakin dipermudah dengan hadirnya inovasi dari segi transportasi. Sebagai contoh, kini sudah banyak aplikasi ojek online yang memudahkan masyarakat untuk bepergian ke suatu tempat, memesan makanan, hingga mengirim barang.

d. Teknologi

Seiring perkembangan zaman, teknologi juga ikut berkembang dan semakin maju. Salah satu contoh inovasi di bidang teknologi dengan hadirnya berbagai aplikasi media sosial seperti Instagram, TikTok, hingga Twitter. Tak hanya untuk berkomunikasi, namun media sosial terus berinovasi hingga bisa dijadikan ladang usaha untuk mendapatkan penghasilan.

e. Wirausaha

Dari sektor wirausaha, berbagai inovasi yang dilakukan ternyata mampu meraup keuntungan yang besar. Misalnya, seorang wirausaha membuat sebuah inovasi dengan menjual mie instan yang dilengkapi dengan tingkat kepedasan dari rendah sampai tinggi, hal ini menarik minat masyarakat untuk mencobanya sehingga membuat usahanya semakin ramai.

Inovasi Produk dalam Perspektif Islam

Produksi secara sederhana ialah mengubah sumber dasar menjadi barang jadi, atau cara input diolah menjadi output. Dalam pengertian ini mengacu pada konsep efisien ekonomis, yaitu sebuah kegiatan yang meminimalkan biaya produksi dari beberapa tingkat output selama periode yang diperlukan. Sedangkan menurut Islam produksi adalah kegiatan yang dilakukan manusia untuk menambah manfaat dengan cara mengkaji sumber-sumber ekonomi yang disediakan Allah SWT untuk memenuhi kebutuhan mahluk hidupnya. Dalam Islam, pengembangan produk dapat dilihat dari produk yang dihasilkan sudah sesuai kehalalannya, bermutu dan berkualitas, bermanfaat bagi kehidupan rang lain. Produk adalah suatu barang ataupun jasa yang merupakan hasil dari kegiatan produksi. Produksi yaitu serangkaian kegiatan yang secara langsung akan meningkatkan nilai guna barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Pengembangan produk tidak jauh dari produksi, menurut teori ekonomi Islam syarat produksi harus dipenuhi agar menghasilkan produk halal. Dalam transaksi jual beli dilarang menggunakan (gharar) unsur yang tidak jelas, karena akan menimbulkan penipuan dan ketidakadilan terhadap salah satu pihak, oleh sebab itu harus dihindari. Secara teoritis, ekonomi Islam menempatkan beberapa syarat untuk menghasilkan produk halal, bahan mentah adalah bahan yang halal sesuai dzatnya, dan proses produksinya dilakukan dengan proses produksi yang halal pula. Faktor produksi tersebut adalah:

1. Modal tidak berasal dari bank yang menggunakan sistem riba.
2. Materi yang halal.
3. Tanah berdirinya bukan dari tanah sengketa.
4. Tenaga kerja yang digunakan mendapatkan upah sesuai kesepakatan kedua belah pihak.
5. Proses produksi tidak merusak lingkungan sosial dan lingkungan fisik.
6. Tidak hanya berorientasi pada laba.
7. Proses pengolahan yang bersih.
8. Penyajian yang Islami.

Imam Ghazali (1058-111 M.) sangat memperhatikan masalah yang berkaitan dengan produksi dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Imam Ghazali menjelaskan bahwa kegiatan ekonomi yang dilakukan termasuk ibadah individual, sedangkan produksi barang-barang untuk memenuhi kebutuhan adalah kewajiban sosial. Secara konseptual,

produksi adalah kegiatan yang menciptakan utilitas dengan membawa nilai tambah, yang digunakan sesuai dengan sumber keuangan yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan material dan spiritual. Hal ini sebagaimana Firman Allah dalam QS. Al-Qasas/28: 77, sebagai berikut:

وَابْتَغِ فِيمَا أَنْتَكُ اللَّهُ الدَّارُ الْأَخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبِكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكُ وَلَا تَنْجِعِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ٧٧

Terjemahnya:

Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan."

Berdasarkan ayat diatas, produksi harus membawa manfaat, maslahah dan harus terhindar dari masalah yang negatif, merusak lingkungan, kebisingan maupun gangguan lainnya dan produksi harus didasarkan pada kebutuhan material dan spiritual. Produsen dalam melakukan perubahan akan menyesuaikan sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen. Hal ini disebut dengan inovasi produksi. Firman Allah dalam QS. Ar-Raad/13: 11

لَهُ مُعَقِّبُتُ مَنْ بَيْنَ يَدَيْهِ وَمَنْ خَلْفُهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٰ ١١

Terjemahnya:

Baginya (manusia) ada (malaikat-malaikat) yang menyertainya secara bergiliran dari depan dan belakangnya yang menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.

Perubahan yang dimaksud dalam firman Allah tersebut bersifat umum, termasuk perubahan dalam inovasi produksi dan perubahan pada lingkungan bisnis dengan memproduksi suatu produk yang berkualitas. Dengan adanya perubahan fisik serta bentuk dan kualitas produksi, diharapkan dapat mendorong persaingan bisnis yang sehat dan baik, baik di organisasi sosial atau organisasi bisnis lainnya. Keberhasilan sistem bisnis di masa yang akan datangbergantung pada kemampuan perusahaan dalam menyajikan produk-produk yang menarik, kompetitif dan memberikan kualitas sesuai dengan

keinginan masyarakat. Inovasi produk harus menjadi strategi prioritas bagi perusahaan, sebab inovasi memiliki peranan yang amat penting pada pertengahan pasar yang kompetitif, karena itu perusahaan harus selalu menciptakan inovasi baru. Oleh karena itu, pengembangan produk sangat penting dilakukan demi bertahannya suatu perusahaan.

Inovasi Produk dalam Bisnis Halal

Inovasi Produk Fashion Noore

Sebagai salah satu negara dengan berpenduduk mayoritas muslim, Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan produk dan/atau bisnis halal yang begitu massive serta berpotensi sebagai pemain utama industri halal dunia. Hal tersebut juga didukung oleh data Global Islamic Finance Report 2019, di mana Indonesia berhasil menduduki peringkat pertama dunia dalam pengembangan keuangan syariah. Selain itu, data yang dilansir dari Halal Economy and Strategy Roadmap 2018 menunjukkan bahwa total konsumsi barang dan jasa halal Indonesia pada 2017 sekitar US\$ 218,8 miliar. Jumlah ini diperkirakan terus tumbuh rata-rata sebesar 5,3 persen dan akan mencapai US\$ 330,5 miliar pada 2025 mendatang.

Bisnis halal sangat menjanjikan. Apalagi di Indonesia yang mayoritas pemeluk agama Islam, tentu membuat peluang bisnis halal semakin besar. Syariat Islam mengatur hampir semua aspek kehidupan umatnya, termasuk dalam soal berbisnis dan berdagang. Dengan meningkatnya kesadaran konsumen muslim mengenai syariat Islam, tentu membuka peluang bagi bisnis halal atau bisnis syariah. Apalagi menurut Euro Monitor, konsumen muslim diperkirakan akan mencapai 26 persen dari populasi global pada 2030. Ini merupakan indikasi bahwa bisnis halal dan bisnis syariah akan bertahan dalam jangka panjang.

Dengan semakin gencarnya upaya pemerintah untuk majukan industri halal, kini mulai banyak pebisnis yang ingin ikut berperan dalam memajukan industri halal Indonesia melalui inovasi produk. Salah satunya ialah Noore, brand fashion muslim. Bagi para pecinta olahraga, mungkin sudah tidak asing lagi dengan merek yang satu ini. Brand kebanggaan Indonesia ini telah berperan penting dalam mempromosikan fashion muslim Indonesia, khususnya di bidang olahraga. Noore hadir sejak tahun 2017 dengan deretan koleksi kerudung olahraga bagi muslimah aktif, dinamis, bergaya edgy, peduli gaya hidup sehat, dan pastinya gemar berolahraga.

Noore didirikan oleh pebisnis muda, Adidharma Sudradjat Kartanegara, peraih penghargaan Juara Nasional Wirausaha Muda Kreatif yang dinobatkan oleh Presiden Jokowi pada tahun 2014. Sebelumnya, Adidharma sudah mendalami dunia fashion dengan mendirikan brand clothing lokal, Applecoast. Namun, ia berpikir bahwa ia harus selalu berinovasi dalam mengembangkan

karier dan kemampuan yang dimiliki. Selain itu, Adidharma mengungkapkan bahwa salah satu hal yang semakin mendorong dirinya untuk menciptakan inovasi terbaru ialah saat dirinya melihat “ketidaknyamanan” yang dirasakan sang istri sedang berolahraga. Ia merasa bahwa harus ada pakaian khusus yang digunakan oleh para Muslimah untuk berolahraga, namun tetap sesuai dengan kaidah Islam. Setelah mempertimbangkannya secara matang ia pun mengusung konsep busana olahraga berbahan nyaman dengan desainnya yang stylish, brand ini pun sudah banyak memiliki penggemar. Cutting-nya yang longgar dan sedikit bersiluet, mengakomodasi kebutuhan para Muslimah (khususnya) untuk memilih hijab yang nyaman saat berolahraga.

Menariknya, hijab sport ini dijual dengan harga yang cukup terjangkau, mulai dari Rp105 ribu hingga Rp150 ribu. Selain hijab, Noore juga menawarkan koleksi busana olahraga mulai dari dalaman, hoodie, celana training, legging, hingga koleksi pakaian renang. Pada penghujung 2017, Noore akhirnya berkolaborasi dengan Elcorps untuk menjangkau pasar yang lebih luas sehingga melahirkan produk busana olahraga dan juga sporty assortment. Awalnya, Noore dipasarkan secara online. Namun, sejak tahun 2018 brand yang berbasis di Bandung ini pun berusaha untuk memperluas kanal penjualannya melalui toko offline. Kini, Noore bisa ditemui di Cihampelas Walk, Bandung Indah Plaza, dan Jogja City Mall. Ke depannya, Noore berencana akan membuka gerai di beberapa pusat perbelanjaan di Jakarta.

Secara spesifik, pemilik bisnis ini mengatakan bahwa Noore bukanlah brand pakaian, melainkan solusi bagi wanita berhijab yang ingin mengenakan pakaian sopan saat berolahraga. Oleh karena itu, dalam mengembangkan produknya, Noore Sport Hijab senantiasa memegang prinsip 4K, yakni kenyamanan, keindahan, kesehatan, dan kesopanan. Noore berupaya menjawab setiap tantangan dengan cara menyelenggarakan focus group discussion (FGD) untuk menampung beragam insight terkait kebutuhan pakaian olahraga bagi wanita berhijab. Dalam mengedepankan prinsip kenyamanan, Noore mencoba menggunakan prototype atlet daerah dan nasional. Sementara itu, prinsip kesehatan dipenuhi dengan berkonsultasi kepada dokter kulit/gizi sehingga setiap produk Noore selalu dilengkapi dengan ultraviolet protection sebesar 30 persen.

Terobosan Baru dan Tantangan Bisnis

Noore tidak hanya mendukung para wanita berhijab dalam beraktivitas di luar ruangan, tetapi juga berinovasi untuk menghadirkan terobosan baru bagi para wanita berhijab yang ingin melakukan aktivitas renang. Selain menghadirkan hijab yang bisa dipakai untuk semua aktivitas olahraga, Noore juga menyediakan swimwear yang nyaman, estetis, dan tetap sopan sehingga pakaian renang tidak akan terangkat ketika penggunanya beranjak dari kolam

renang. Sebagai salah satu pionir sport hijab di Indonesia, Noore menghadapi tantangan tersendiri saat menelurkan produknya. Saat itu, belum banyak orang yang percaya diri ketika mengenakan sport hijab dan merasa bahwa hijab yang dikenakan akan membuat wajah pemakainya terlihat bulat.

Menghadapi tantangan tersebut, Noore berupaya memberikan edukasi bahwa produk-produk Noore ini bisa menjadi solusi bagi perempuan berhijab sekaligus berusaha menemukan pola dan jahitan sendiri agar penggunanya merasa nyaman dan percaya diri. Oleh karena itu, dalam memasarkan produknya, Noore berupaya mengedukasi audiens agar lebih melihat fungsi dan manfaat Noore ketimbang hal lainnya. Hal inilah yang membedakan Noore dengan brand lainnya. Selain itu, Noore juga aktif dalam melakukan penelitian dan pengembangan produk untuk melihat bagaimana tren fashion hijab di kalangan masyarakat sehingga dapat memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Noore mengembangkan pola dan desain produk agar wanita berhijab dapat mengenakan pakaian yang indah, namun tetap sopan.

Kesimpulan

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa inovasi merupakan suatu proses yang tidak hanya sebatas menciptakan ide atau pemikiran baru. Ide tersebut harus diimplementasikan melalui sebuah proses adopsi, dan adopsi adalah keputusan untuk menggunakan inovasi secara keseluruhan sebagai cara tindakan yang terbaik. Sebagai salah satu negara berpenduduk mayoritas Muslim, Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan produk dan/atau bisnis Halal secara luas dan menjadi pemain utama dalam industri dunia. Salah satu inovasi dalam bisnis halal adalah Noore, brand fashion muslim. Mengusung konsep busana olahraga berbahan nyaman dengan desainnya yang stylish, Cutting-nya yang longgar dan sedikit bersiluet, mengakomodasi kebutuhan para Muslimah (khususnya) untuk memilih hijab yang nyaman saat berolahraga. Noore mengembangkan pola dan desain produk agar wanita berhijab dapat mengenakan pakaian yang indah, namun tetap sopan. Noore berupaya memberikan edukasi bahwa produk-produk Noore ini bisa menjadi solusi bagi wanita berhijab sekaligus berusaha menemukan pola dan jahitan sendiri agar penggunanya merasa nyaman dan percaya diri. Oleh karena itu, dalam memasarkan produknya, Noore berupaya mengedukasi audiens agar lebih melihat fungsi dan manfaat Noore ketimbang hal lainnya. Hal inilah yang membedakan Noore dengan brand lainnya.

Daftar Pustaka

- Abror, A., Patrisia, D., Trinanda, O., Omar, M. W., & Wardi, Y. (2020). Antecedents of word of mouth in Muslim-friendly tourism marketing: the role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*.
- Agustianto. (2011). *Inovasi Produk Syariah Dari Aspek Pengembangan Fikih Muamalah*, Sekjen ikatan ahli ekonomi islam Indonesia.
- Al-Quran dan Terjemah. (2014). Kudus: CV. Mubarokatan Thoyyibah.
- Astratia, Sintia. Noore Sport Hijab, Solusi Fashion untuk Perempuan Berhijab <https://midtrans.com/id/blog/noore-sport-hijab>.
- Azam, Siddique., dan Abdullah, Asri. (2020). Global halal industry: Realities and opportunities. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 5(1).
- Azimuddin, Imam., Hamdan dan Ainulyaqin. (2022) Industri Pariwisata Halal: Pendorong Inovasi Untuk Halalpreneurs. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 106-116.
- Bin Ahmad, Jaribah. (2006). *Fikih Ekonomi Umar Bin Al-Khatib*. Jakarta: Khalifa.
- Drucker, P. F. (2012). Inovasi dan Kewiraswastaan. Jakarta: Erlangga.
- Faizal, Moh. (2015). Studi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Ekonomi Islam. *Islamic Banding*, Volume 1 Nomor 1 Edisi Perdana.
- Faizal, P. R. M., Ridhwan, A. A. M., & Kalsom, A. W. (2013). The entrepreneurs characteristic from al-Quran and al-Hadis. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 4(4), 191.
- Hakim, Lukman. (2012). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Jakarta: Erlangga.
- Larsen, P., & Lewis, A. (2007). How award-winning SMEs manage the barriers to innovation. *Creativity and Innovation Management*, 16(2) , 142 – 151.
- Makmur dan Thahier, Rohana. 2015. Inovasi dan Kreativitas Manusia, Bandung: PT. Refika Aditama.
- Market, W. T. (2007). The world travel market global trend reports 2007. Euromonitor International London.
- Rosyiana, Iffah. *Innovative Behavior At Work: Tinjauan Psikologi & Implementasi di Organisasi*, (Yogyakarta: Deepublish Publiser, 2019.
- Salindal, N. A. (2019). Halal certification compliance and its effects on companies' innovative and market performance. *Journal of Islamic Marketing*.
- Septiadi, Dwinanda. (2019). Disrupsi : Siap (strategi inovasi dan aplikasinya untuk menjadi pemenang). Baraqa Publishing.
- Sukmadi. *Inovasi dan Kewirausahaan* (Edisi Pradigma Baru Kewirausahaan).
- Zed, Mestika. (2003). Metode Penelitian Kepustakaan. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.