

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kain perca adalah potongan-potongan kain yang tersisa dan umumnya dianggap sebagai limbah dalam industri tekstil. Di Indonesia, jumlah limbah tekstil ini terus mengalami peningkatan signifikan, dengan perkiraan mencapai sekitar 2,3 juta ton setiap tahunnya. Jika tidak ada upaya intervensi yang serius, volume limbah tersebut diperkirakan akan melonjak hingga 70 % lebih tinggi di masa mendatang, menimbulkan tantangan besar bagi pengelolaan lingkungan dan keberlanjutan industri tekstil.<sup>1</sup> Karena itu, dibutuhkan para pelaku kreatif yang mampu mengolah kain perca menjadi berbagai produk yang tidak hanya memiliki nilai ekonomis, tetapi juga estetika yang tinggi. Namun demikian, sektor industri kreatif yang berfokus pada kain perca kerap kali menghadapi stigma kurang kompetitif jika dibandingkan dengan produk massal yang cenderung lebih seragam dan berharga lebih murah. Sebagian menganggap bahwa produk hasil daur ulang, termasuk kain perca, memiliki nilai rendah dan kurang menarik dari segi desain.

---

<sup>1</sup> Okezone News, 'Limbah Pabrik Tekstil Di Indonesia Capai 2,3 Juta Ton per Tahun', 5 Juli 2024 .  
<<https://nasional.okezone.com/read/2024/07/05/337/3030106/limbah-pabrik-tekstil-di-indonesia-capai-2-3-juta-ton-per-tahun?page=all>> [accessed 20 November 2024].

Kondisi ini menyebabkan kain perca seringkali lebih mudah dibuang sebagai limbah daripada dimanfaatkan kembali menjadi produk-produk bernilai guna yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan.

Secara umum, produk berbahan kain perca sering menghadapi sejumlah tantangan, mulai dari keterbatasan inovasi desain, daya tahan produk yang kurang optimal, fungsi yang belum maksimal, persepsi negatif dari konsumen, hingga keterbatasan dalam hal pemasaran. Misalnya, pada produk aksesoris, sering ditemukan masalah pada kekuatan produk karena proses penyatuan potongan-potongan kecil kain perca yang kurang presisi, sehingga mengakibatkan penurunan kualitas dan ketahanan. Selain itu, persaingan di pasar menjadi lebih ketat karena aksesoris dari kain perca sering dianggap kurang mewah dibandingkan dengan produk yang menggunakan bahan baru, sehingga sulit menembus pasar yang lebih luas.

Motif kain perca yang diaplikasikan pada produk juga kerap dipandang kurang rapi jika teknik penyambungan kain tidak dilakukan dengan cermat, yang pada akhirnya memengaruhi nilai estetika produk tersebut. Sementara itu, untuk produk fungsional seperti tas, pouch, dan kotak pensil, seringkali sulit untuk menyesuaikan secara tepat dengan kebutuhan dan harapan konsumen, sehingga produk tersebut dianggap sebagai barang dengan nilai rendah dan kurang

diminati. Oleh sebab itu, penerapan *value proposition* yang kuat sangat penting untuk membangun nilai tambah yang dirasakan langsung oleh konsumen melalui inovasi-inovasi unik. Nilai ini bisa bersifat kuantitatif, seperti harga yang kompetitif dan layanan cepat, maupun kualitatif, mencakup desain yang menarik, pengalaman berbelanja yang memuaskan, serta sentuhan emosional yang menguatkan hubungan antara produk dan pelanggan.<sup>2</sup>

Terdapat tiga preferensi kepuasan konsumen dalam peningkatan kualitas produk kain perca yaitu, keunikan produk yang menjadi poin penting dalam pembelian, jangka waktu penggunaan, dan desain yang menarik.<sup>3</sup> Ketiga aspek preferensi tersebut berperan penting dalam memperkuat posisi produk kain perca di pasar, sehingga produk tidak hanya mampu menunjukkan mutu yang tinggi tetapi juga berhasil menarik perhatian konsumen dengan efektif.

Strategi peningkatan *value proposition* untuk produk kreatif berbahan kain perca ini dirancang melalui pendekatan inovatif yang mencakup penyempurnaan desain serta fungsi produk, peningkatan kualitas *branding* dan teknik pemasaran, serta penguatan nilai-nilai sosial dan lingkungan

---

<sup>2</sup> Bramanto Aji, 'Implementasi Value Proposition Dalam Penetapan Strategi Pemasaran' JAB: Jurnal Administrasi Bisnis, 53.1 (2017), 21–30. h. 24

<sup>3</sup> Emma Widiarti and Desi Nurhayati, 'Peningkatan Kualitas Tas Kain Perca Mitra Collection Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment ( QFD )', IBSE Economic Journal : Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2.1 (2023), 12–20. (h.19)

yang melekat pada produk tersebut. Selain itu, penerapan prinsip-prinsip kewirausahaan syariah juga menjadi landasan penting untuk memberikan arah yang jelas dan fondasi yang kokoh dalam proses pengembangan produk ke depan.

Kewirausahaan syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan, namun juga menekankan pada prinsip-prinsip Islam, seperti kejujuran, keadilan, keberlanjutan, dan kebermanfaatn bagi masyarakat. Dalam Al-Qur'an surah Al-Baqaroh ayat 168 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا ۗ وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ يَاسَ الشَّيْطٰنِ ۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagi kamu.”

Ayat ini menjelaskan bahwa produk yang dihasilkan harus berbahan baku yang halal dan baik, tidak mengandung unsur yang haram, seperti bahan baku yang berasal dari hewan babi, satwa dilindungi, barang curian, barang yang tidak layak diproduksi, dan unsur-unsur haram lainnya baik haram sebab zatnya, maupun haram sebab sesuatu bukan zatnya.

Dalam surah lain, yaitu Al-Mutaffifin ayat 1-3 yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَأُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ وَإِذَا كَانُوا لَهُمْ أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya: “Celakalah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. Tetapi apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”

Dalam ayat tersebut, Allah menegaskan tentang sikap buruk orang-orang yang akan menerima siksa karena merugikan sesama demi keuntungan pribadi. Istilah takaran yang digunakan meliputi berbagai jenis ukuran dan timbangan yang biasa dipakai dalam transaksi jual beli, terutama jika ada kecurangan seperti mengurangi hak orang lain. Contohnya bisa berupa produk kain perca yang tidak sesuai dengan deskripsi, bahan baku yang kurang berkualitas, desain tas yang berbeda dari foto katalog, atau ketidaksesuaian lain yang berhubungan dengan kualitas dan kuantitas produk. Dengan menerapkan prinsip kewirausahaan syariah, peningkatan *value proposition* pada produk kain perca tidak hanya akan meningkatkan keuntungan bagi pelanggan, tetapi juga menghadirkan manfaat sosial sekaligus keberkahan dalam bisnis.

Penguatan *value proposition* produk kain perca sangat penting agar mampu bersaing dengan produk-produk lain

yang lebih dikenal di masyarakat dan memiliki nilai jual yang tinggi. Melalui peningkatan nilai tambah ini, persepsi negatif masyarakat yang menganggap produk kain perca sebagai barang murah atau berkualitas rendah akibat desain yang sederhana dan biasa saja dapat diubah. Oleh sebab itu,

penekanan pada keunikan dan keunggulan produk menjadi hal yang krusial agar konsumen mampu mengenali nilai lebih dari produk tersebut, seperti desain yang eksklusif, penggunaan bahan ramah lingkungan, serta daya tahan produk yang unggul.

#### **B. Tujuan Program**

Program ini dirancang untuk memperkuat nilai proposisi (*value proposition*) pada produk kreatif kain perca melalui pendekatan inovatif, estetika, serta keunikan desain yang mampu meningkatkan daya tarik konsumen sekaligus menambah nilai jual produk. Selain bertujuan menarik minat pasar, program ini juga mengangkat citra produk sebagai hasil karya yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, sehingga dapat memberikan edukasi kepada konsumen tentang pentingnya memilih produk yang mendukung pelestarian lingkungan serta penggunaan kembali bahan sisa tekstil.

Dengan demikian, produk tidak hanya dihargai dari sisi tampilannya saja, tetapi juga dari kontribusinya dalam

mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Nilai-nilai ini akan memperkuat posisi produk di pasar, karena konsumen masa kini semakin peduli terhadap dampak sosial dan ekologis dari barang yang mereka beli.

### **C. Manfaat Program**

Adapun manfaat dari program ini yaitu :

1. Membangun citra produk kreatif kain perca yang positif sehingga daya saing di pasar juga semakin kuat.
2. Meningkatkan nilai tambah pada produk, sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan profitabilitas pelanggan juga akan meningkat.
3. Membuka peluang usaha berkelanjutan yang ramah lingkungan sebagai penghasilan tambahan guna untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

### **D. Luaran yang Diharapkan**

Luaran yang diharapkan program ini yaitu, dengan menerapkan prinsip kewirausahaan syariah, produk kain perca memiliki diferensiasi dengan produk lain dan citra produk yang positif sehingga dapat memaksimalkan profitabilitas dan loyalitas pelanggan.