

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 5.1. Profil Bisnis

Nafiisah Hijab merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang penjualan produk khususnya busana muslim, Nama Nafiisah di ambil dari nama islami dari bahasa Arab yang artinya “berharga dan di minati”. Diharapkan dengan menggunakan nama Nafiisah dapat membawa berkah bagi usaha pemilik di karenakan usaha ini sangat berharga bagi pemilik dan di harapkan akan di minati oleh banyak konsumen. Penulisan kata hijab di belakang nama Nafiisah sebagai identitas usaha busana muslim, hijab sendiri memiliki arti sebagai penutup, yang memiliki fungsi menutupi tubuh dan kepala.



**Gambar 5. 1**

#### **Logo Nafiisah Hijab**

□ Arti dari logo

1. Pemilihan nama Nafiisah hijab pada logo adalah sebagai *Brand* dari usaha busana muslim.
2. Arti logo wanita berhijab melambangkan wanita muslimah

3. Warna hijau melambangkan harmoni dan keseimbangan, kesuburan (untuk usaha), kesegaran dan relaksasi untuk seseorang. warna hijau juga merupakan warna favorit Nabi Muhammad SAW.
4. Tag Line “Jadikan penampilanmu lebih berharga” ini dipilih agar dapat menarik perhatian pembeli dan sebagai *brand awareness* dari produk Nafiisah Hijab.

Nafiisah Hijab merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *fashion* busana muslim untuk memenuhi keinginan *customer* yang ingin menggunakan hijab dengan desain yang modern namun tetap sesuai dengan sariat islam, yang dapat di gunakan kemana saja.

Nafiisah Hijab akan mengembangkan usaha sampai di kenal ke seluruh kota di Indonesia. Yang dimana hal ini dilakukan untuk menunjukkan eksistensi dengan keberadaan bisnis Nafiisah Hijab, untuk membuat masyarakat mengenal *brand awareness* dari Nafiisah Hijab sehingga bisnis ini akan melebarkan sayap dan menjadi pilihan utama untuk produk hijab di Indonesia.

Nafiisah Hijab juga rencananya akan mengembangkan usaha tidak hanya menjual busana muslim saja, tetapi dengan aksesoris seperti bross, ciput, kaos kaki, dan mukena. Nafiisah Hijab juga akan mengembangkan sayapnya dengan membuka gray di kota-kota besar agar *customer* dapat melihat langsung produk yang di jual sehingga memberikan kepuasan yang lebih.

Rencananya Nafiisah Hijab akan mendirikan badan usaha sebagai payung hukum yang akan membawahi usaha yang akan dijalankan. Payung hukum ini penting agar perusahaan tidak melanggar hukum dalam menjalankan aktivitasnya, artinya di mata hukum perusahaan yang dijalankan sah, jika suatu hari terdapat tuntutan hukum, usaha tersebut dapat dilindungi. Adapun badan hukum yang akan didirikan oleh Nafiisah Hijab adalah CV (*Comanditer Vennotschap*) yang didirikan atas dasar kepercayaan.

## **5.2. Perencanaan Bisnis**

### **5.2.1. Visi, Misi, dan Tujuan**

Untuk menjalankan suatu bisnis diperlukan suatu pernyataan yang dapat menggambarkan maksud utama dari bisnis tersebut sehingga memberikan pelayanan terbaik. Pernyataan tersebut disebut disebut sebagai visi bisnis :

**a. Visi**

Menjadikan *Brand Nafiisah Hijab* menjadi penjual produk yang di kenal luas oleh masyarakat Indonesia dan menjadi pilihan terbaik untuk kebutuhan busana muslimah.

**b. Misi**

Untuk mewujudkan visi tersebut maka di tetapkan misi-misi yang harus di laksanakan, yaitu :

- Memberikan kualitas produk terbaik pada *customer* dalam setiap produk yang di pasarkan.
- Memberikan pelayanan terbaik yang mengacu pada mutu.
- Membangun *system* kerja yang asik dan nyaman.
- Memberikan harga terbaik untuk konsumen
- Memberikan inovasi dan kreasi dalam setiap desain model gamis.

**c. Tujuan**

1. Investasi kembali dalam jangka waktu 1 tahun.
2. Membuka toko dalam kurun waktu 1 tahun.
3. Mengembangkan perusahaan dengan kolaborasi dengan *Brand* hijab ternama.
4. Menjadikan *best* busana muslim dalam kurun waktu 5 tahun.
5. Membantu perekonomian masyarakat Indonesia khususnya Kota Bandung dalam menciptakan lapangan kerja.

**5.2.2. Analisis Lingkungan Usaha**

**1. Lingkungan Ekonomi**

Bisnis busana muslim memiliki prospek yang sangat menjanjikan. Penjualan produk busana muslim saat ini semakin di butuhkan masyarakat. Terutama di perkotaan, yang masyarakatnya membutuhkan busana muslim. *Trend* hijrah yang sedang populer saat ini menjadikan peluang bagi bisnis busana muslim. Daya beli masyarakat pun dipengaruhi oleh tingkat perekonomian, jika perekonomian semakin membaik, maka daya beli pun akan semakin tinggi. Lingkungan ekonomi di wilayah Kota Bandung merupakan wilayah yang strategis, karena masyarakat Kota Bandung sangat *fashionable* sehingga dapat menjadikan suatu peluang bisnis busana muslim.

Nafiisah Hijab siap melayani permintaan produk masyarakat Kota Bandung yang berpenduduk jumlah penduduk mencapai 2,5 juta jiwa pada 2018. Jumlah tersebut terdiri atas 1,26 juta jiwa pria dan 1,24 juta wanita. Adapun jumlah penduduk kelompok usia belum produktif (0-14 tahun) mencapai 562 ribu jiwa. Sementara itu, kelompok usia produktif (15-64 tahun) sebanyak 1,81 juta jiwa dan kelompok sudah tidak produktif (65+ tahun) mencapai 132 ribu jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa Kota Bandung dalam masa bonus demografi karena jumlah penduduk usia produktif lebih banyak dibandingkan penduduk belum produktif ditambah penduduk yang sudah tidak produktif yang berjumlah 694 ribu jiwa. (BPS, 2018)

Berdasarkan dari beberapa faktor ekonomi di wilayah Kota Bandung dan sekitarnya dimana terdapat banyak masyarakat yang berada di strata medium – high, yang kita dapat lihat dari banyaknya kawasan dari perumahan-perumahan mewah dan lingkungan kampus, serta juga dengan terus berkembangnya apartemen dan hotel-hotel.

## **2. Lingkungan Teknologi**

Perkembangan teknologi pembuatan hijab saat ini semakin berkembang, hal ini dapat dilihat dari adanya mesin-mesin yang membuat potongan hijab menjadi unik seperti *laser cut* dan motif *printing*. Potongan hijab yang sedang *trend* saat ini adalah potongan *laser cut*, hijab yang di potong dengan menggunakan *laser cut* membuat hijab ini memiliki pinggiran yang rapih sempurna tanpa perlu dijahit menggunakan benang, selain itu kelebihan *laser cut* hijab adalah bisa menggunakan berbagai motif, seperti bergelombang dengan ujung lancip, atau bergelombang dengan ujung setengah lingkaran. untuk model hijab *laser cut* dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



**Gambar 5. 2**

**Contoh model hijab dengan metode *laser cut***

Dari gambar diatas merupakan contoh hasil produksi hijab menggunakan mesin *laser cut*, penampilan hijab menjadi lebih menarik.

Seiring dengan perkembangan teknologi pembuatan busana muslim, semakin canggih dan cepat dikarenakan konveksi busana muslim menggunakan mesin jahit, selain mesin jahit mekanik yang manual saat ini banyak mesin jahit yang menawarkan kemudahan dalam proses pembuatan busana muslim, seperti mesin jahit komputer. kegunaannya untuk mesin jahit komputer adalah mesin jahit yang pengoperasiannya di bantu oleh *control electronic*. Langkah-langkah persiapan yang sulit seperti memasang dan mengatur tegangan benang bisa dilakukan dengan lebih mudah. Mesin jahit komputer cukup di gemari karena pekerjaan seperti membordir bisa di selesaikan dengan cepat. Lingkungan teknologi mempengaruhi para pengusaha busana muslim untuk meningkatkan kualitas produknya seperti dengan adanya teknologi HEIQ *Smart Temp* dan HEIQ *Fresh Tech*, yaitu sebuah teknologi yang membuat kain dapat menyerap keringat lebih cepat dan dapat mendeteksi suhu tubuh. Salah salah satu *brand* yang sudah menggunakan teknologi ini adalah *brand Zoya*. Dengan adanya teknologi mesin yang membuat proses pembuatan hijab dan busana muslim menjadi semakin cepat dan *modern* menjadikan peluang bagi Nafiisah Hijab untuk memasarkan produknya menjadi sebuah

produk yang menarik, dikarenakan desain produk akan semakin kreatif sehingga diharapkan dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk Nafiisah Hijab.

Teknologi informasi internet berperan penting untuk menyalurkan informasi mengenai pemasaran produk, salah satunya dengan menggunakan media sosial. Hal ini merupakan sebuah peluang dan kesempatan yang baik bagi Nafiisah Hijab jika menggunakan sarana teknologi informasi untuk kepentingan pemasaran dan promosi dalam meningkatkan penjualan, *branding* dan pemberian informasi kepada konsumen untuk menambahkan nilai yang baik pada perusahaan.

### **3. Lingkungan Sosial**

Tumbuhnya kesadaran kaum muslimah untuk berhijab baik nasional maupun internasional hal ini dapat dilihat dengan adanya berbagai komunitas *hijabers* yang berkembang di Indonesia dan rencana Indonesia untuk menjadi kiblat *fashion* busana muslim di dunia. Saat ini kaum muslimah di Indonesia banyak yang memiliki usaha maupun karir yang sukses, hal ini dapat dilihat dari banyaknya wanita yang memiliki penghasilan sendiri dan mandiri secara ekonomi, sehingga semakin bertambahnya kelas menengah pada kaum muslimah.

Dengan berkembangnya zaman dan kemudahan akses untuk bersosial dengan teman, keluarga, dan kolega melalui media sosial, membuat orang banyak memamerkan referensi berbagai produk maupun jasa di akun media sosial yang ia miliki. Dan biasanya orang yang melihat *postingan* produk yang ditampilkan, hal tersebut akan membuat rasa penasaran untuk membeli produk tersebut. Hal ini akan membuat efek promosi yang luas, sehingga mempermudah produsen untuk menawarkan produknya.

Didalam melakukan analisis lingkungan usaha, perlu diketahui terlebih dahulu pengaruh faktor internal dan pengaruh faktor eksternal terhadap kegiatan usaha tersebut. Kedua faktor tersebut akan menentukan perlu atau tidaknya melakukan pengembangan usaha, dan strategi apa yang harus dilakukan, apabila akan melakukan pengembangan usaha. Dengan demikian, dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi peluang yang potensial serta ancaman yang mungkin akan dihadapi.

### 5.2.3. Analisis Lingkungan Eksternal

- **Ancaman Pendetang Baru**

Dalam industri busana muslim, ancaman dari pendatang baru memiliki kekuatan pengaruh yang tinggi dikarenakan pilihan konsumen akan semakin banyak, sehingga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap bisnis yang sedang di jalankan.

- **Kekuatan Tawar Menawar Pemasok**

Dalam industri penjualan produk pemasok memiliki kekuatan tawar menawar yang rendah dalam industri busana muslim, karena pemasok dalam penjualan busana muslim Nafiisah Hijab terdiri dari beberapa konveksi dan *vendor* busana muslim. Dengan adanya banyak pemasok tersebut, Nafiisah Hijab bisa lebih selektif memilih produk yang dibutuhkan, selain itu dengan banyaknya pemasok tersebut para pemasok tidak dapat memonopoli harga suatu produk. Nafiisah Hijab dapat membuat persaingan antar pemasok sehingga dapat menguntungkan Nafiisah hijab agar mendapatkan potongan harga jika mengambil produk dalam jumlah besar.

- **Kekuatan Tawar Menawar Pembeli**

Dalam industri busana muslim, kekuatan pembeli sangat tinggi, karena Nafiisah Hijab memiliki banyak pesaing yang menjual produk busana muslim, sehingga harganya pun harus disesuaikan dengan pesaing. Cara yang dapat dilakukan agar konsumen loyal terhadap produk yang dijual Nafiisah Hijab adalah dengan mengadakan *member* dan potongan harga, dan memberikan servis khusus apabila produk yang di terima tidak sesuai ataupun cacat dan mendapatkan garansi untuk penukaran atau penggantian produk tersebut.

- **Ancaman Pesaing**

Intensitas persaingan di antara perusahaan yang saling bersaing cenderung meningkat ketika jumlah pesaing bertambah, ketika konsumen dapat dengan mudah berganti merk, jika model produk busana sangat cepat berubah modelnya, dan jika pesaing memiliki strategi. Pesaing baru terkadang juga masuk dengan ukuran dan kekuatan yang sama dengan perusahaan. Dalam industri ini, ada beberapa pesaing dari Nafiisah Hijab yaitu

*online shop* Jamise Hijab dan *online shop* Kiciks\_muslimah. Jumlah pesaing tersebut selalu bertambah setiap tahunnya. Namun permintaan dari pelanggan tidak mengalami penurunan meski banyak yang bergerak di industri yang sama dengan Nafiisah Hijab. Usaha yang akan dilakukan oleh Nafiisah Hijab adalah menjaga kualitas dan mematok harga yang sesuai untuk barangnya, agar pelanggan tetap setia berbelanja di Nafiisah Hijab. Lalu akan diberikan potongan harga oleh Nafiisah Hijab jika pemesanan barang dengan jumlah yang besar.

#### □ **Ancaman Produk Pengganti**

Produk pengganti untuk busana wanita hanya dapat di gantikan dengan produk dan model yang sama, namun dengan ukuran yang berbeda. Dan harga produk pengganti juga mempengaruhi terhadap biaya pengembalian dan pengiriman barang tersebut. Penilaian terhadap kualitas produk bisa di lihat dari segi harga dan kualitas, namun penilaian itu bergantung semua pada penilaian pembeli.

### **5.2.4. Analisis Lingkungan Internal**

#### **A. Strategi Pemasaran**

Nafiisah Hijab melakukan promosi menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Whatsapp. Saat ini ketiga media sosial tersebut di dalam satu naungan dimana satu sama lainnya saling terkait. Produk Nafiisah Hijab menggunakan media sosial Facebook sebagai alat promosi utama. Facebook adalah salah satu jejaring sosial yang paling banyak di gunakan oleh masyarakat dunia, termasuk Indonesia, pemilihan Facebook sebagai media promosi utama di karenakan Facebook memberikan tempat untuk bertemu dan berkomunikasi antara individu dengan individu lainnya, sehingga *brand* Nafiisah Hijab akan semakin terkenal, karena di dalam facebook terdapat beberapa akses untuk melakukan kegiatan promosi, akses untuk promosi yaitu *Facebook Ads*. Di dalam *Facebook Ads* kita dapat melakukan promosi sesuai keinginan dengan *budget* yang kita miliki, dan kita dapat mengatur target pasar yang kita inginkan berdasarkan usia, status ekonomi, dan wilayah.

Selanjutnya, promosi Nafiisah Hijab menggunakan media sosial Instagram, Promosi menggunakan media sosial Instagram memiliki banyak keuntungan, yaitu tidak perlu mengeluarkan biaya atau gratis, tidak ada pembatasan pertemanan seperti di Facebook yang hanya mendapat jatah pertemanan sebanyak 5.000 akun, lalu bebas memasukkan atau mengupload foto tanpa ada batasan jumlah foto yang diupload dan semua orang yang menggunakan media sosial Instagram bisa melihat karya-karya Nafiisah Hijab yang ditampilkan di media Instagram tanpa harus mem*follow* akun Instagram dari Nafiisah Hijab.

Media sosial Whatsapp juga digunakan Nafiisah Hijab untuk berkomunikasi dengan konsumen yang memesan Produk dari Nafiisah Hijab. Media sosial Whatsapp digunakan oleh Nafiisah Hijab untuk berkomunikasi langsung dengan konsumen ketika akan atau sudah melakukan pemesanan produk, sehingga jika ada keluhan atau permintaan dari konsumen terhadap pemesanan produk bisa langsung direspon dan ditindaklanjuti.

## **B. Strategi Operasional**

Dalam strategi operasional yang di terapkan oleh Nafiisah Hijab adalah komunikasi dan *respect* dengan pekerjaan serta tim rekan satu pekerjaan. Hal tersebut ditanamkan untuk membentuk dan menanamkan nilai kepercayaan dan kenyamanan para anggota Nafiisah Hijab. Sehingga semua anggota yang bertugas pada saat itu mampu bekerja dengan maksimal.

Nafiisah Hijab menempatkan posisi-posisi sumber daya yang sudah kompeten di bidangnya masing-masing serta telah melewati tahap seleksi dan pelatihan, sehingga dapat meminimalisir kesalahan-kesalahan yang terjadi pada sistem operasional, dan pekerjaan dapat berjalan dengan lancar. Adapun strategi operasional, antara lain:

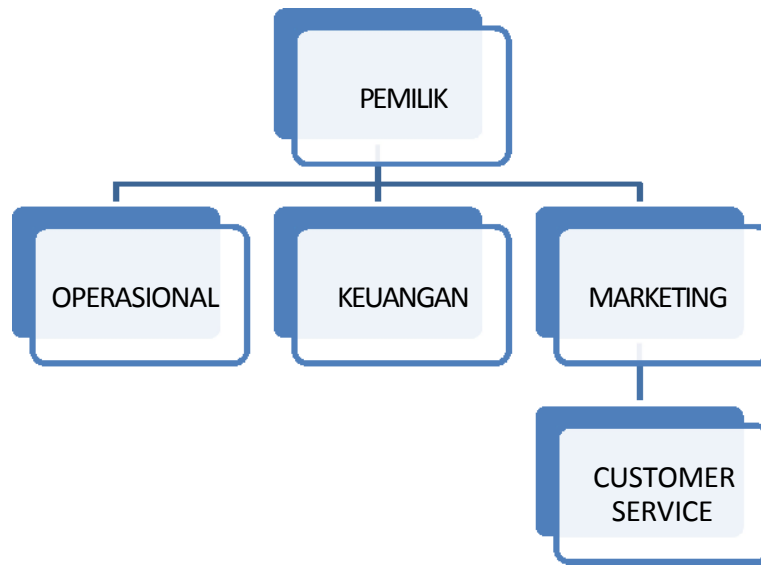
- Biaya rendah : penekanan biaya rendah pada fasilitas seperti lokasi, bangunan, *layout* dan penyediaan stok barang apabila penjualan sedang tidak stabil, namun tetap mempertahankan kualitas yang ditunjang dengan pemberdayaan SDM yang baik.
- Inovasi produk : mengembangkan inovasi produk untuk mengembangkan usaha dalam memaksimalkan *risk management* dengan mencari target pasar baru.

### C. Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Struktur organisasi yang berada pada Nafiisah Hijab memiliki tingkatan yang terpusat pada manajemen puncak, yaitu pemilik dari Nafiisah Hijab itu sendiri. Semua strategi pemasaran, operasional, keuangan, sampai pada sumber daya manusia di dalamnya semua di kontrol dan dirancang langsung oleh pemiliknya. Ketika sudah berkembang dan mapan dalam segi keuangan, pemilik akan merekrut bagian pemasaran, operasional, keuangan, dan *admin* agar Nafiisah Hijab dapat beroperasi dan berjalan lebih baik.

Peranan penting pemilik Nafiisah Hijab dalam memperkenalkan produk mencari *vendor*, dan mencari investor untuk memajukan usaha Nafiisah Hijab. Namun disamping hal tersebut sumber daya manusia adalah suatu aset yang paling berharga dalam suatu perusahaan, maka dari pada itu Nafiisah Hijab selalu mengembangkan kemampuan dan kapasitas dari semua anggota yang tergabung, dengan cara memberikan pelatihan untuk melayani konsumen dengan baik, sehingga setiap anggota tim dapat bekerja secara optimal.

Selain itu, Nafiisah Hijab juga ingin memperhatikan kesejahteraan karyawan dengan cara memberikan insentif pada karyawan yang berhasil menjual produk Nafiisah Hijab yang melebihi target penjualan. Berikut untuk gambaran struktur organisasi dari Nafiisah Hijab :



**Gambar 5.3**

### **Struktur Organisasi**

#### **D. Strategi Keuangan**

Strategi keuangan adalah hal yang penting dan sensitif bagi sebuah perusahaan dan pada Nafiisah Hijab sendiri berada langsung pada tanggung jawab sang pemilik yang di bantu administrasi keuangan. Dalam prosesnya, setiap transaksi yang berlangsung dicatat dalam sistem komputerasi (Microsoft Excel) yang memudahkan pencatatan, penyusunan dan perhitungan hasil akhir pada setiap transaksi. Nafiisah Hijab juga memiliki strategi agar konsumen yang membeli produk Nafiisah Hijab agar membayar tepat waktu dengan cara mem*follow-up* konsumen secara berkala ataupun memberikan promosi berupa diskon ongkos kirim apabila konsumen langsung membayar pada hari yang sama.

#### **5.2.5. Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan faktor yang sistematis untuk merumuskan strategi-strategi yang akan dijalankan oleh suatu perusahaan (Freddy Ranguti, 2006:18-19).

Analisis SWOT juga menjadi salah satu alat yang sangat berguna dalam ruang lingkup bisnis, karena SWOT merupakan metode analisa yang cukup baik, efektif dan efisien dalam

mengenalinya kemungkinan-keungkinan yang berkaitan dengan hal inovasi dalam ruang lingkup bisnis. Analisis SWOT merupakan sebuah singkatan dari *strength*, *weakness*, *opportunities and threat*. Adapun Analisis SWOT dari Nafiisah Hijab dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 5. 1**

**Kekuatan (Strength) Nafiisah Hijab**

<b><i>Strength 1-S1</i></b>	Mempunyai banyak informasi mengenai vendor-vendor pakaian muslim
<b><i>Strength 2-S2</i></b>	Menjual Barang secara Eceran dan Grosir
<b><i>Strength 3-S3</i></b>	Dikemas dengan <i>packaging</i> ramah lingkungan seperti menggunakan <i>papper bag</i> untuk mengurangi kantong plastik
<b><i>Strength 4-S4</i></b>	Menggunakan bahan yang berkualitas
<b><i>Strength 5-S5</i></b>	Harga Terjangkau

Nafiisah Hijab juga tentunya memiliki beberapa keterbatasan yang paling utama adalah modal yang terbatas. Dengan terbatasnya modal, tidak semua strategi yang telah direncanakan bisa diimplementasikan atau direalisasikan, sehingga akan mengurangi daya tarik untuk menjalankan usaha pakaian. Sebagai pendatang baru, tentunya akan membutuhkan daya juang ekstra untuk bisa masuk ke pasaran yang lebih luas dan menjadi salah satu usaha busana muslim pilihan dari konsumen. Untuk kelemahan dari bisnis Nafiisah Hijab bisa dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5. 2**

**Kelemahan (Weakness) Nafiisah Hijab**

<b><i>Wakness 1-W1</i></b>	Modal yang terbatas.
<b><i>Wakness 2-W2</i></b>	Jangkauan distribusi masih terbatas

<b><i>Wakness 3-W3</i></b>	Memerlukan biaya iklan yang besar
<b><i>Wakness 4-W4</i></b>	Masih merupakan pendatang baru dalam bisnis pakaian muslim ini

Dengan berkembangnya bisnis busana muslim yang dapat dilihat dari berbagai media sosial saat ini, menjadi peluang yang harus dimanfaatkan. Hal ini menjadikan penulis ingin membuka usaha Nafiisah Hijab di Kota Bandung, apalagi Bandung dikenal dengan kota *fashion* dikarenakan banyak pengusaha-pengusaha muda yang terjun dalam bidang bisnis *fashion*. Tentunya, masih banyak lagi peluang dari Nafiisah Hijab seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 5. 3**

**Peluang (Opportunity) Nafiisah Hijab**

<b><i>Opportunity 1-O1</i></b>	Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar
<b><i>Opportunity 2-O2</i></b>	Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat dari tahun ke tahun
<b><i>Opportunity 3-O3</i></b>	Makin bertambahnya wanita yang menggunakan hijab
<b><i>Opportunity 4-O4</i></b>	Adanya teknologi yang membatu promosi penjualan
<b><i>Opportunity 5-O5</i></b>	Dukungan dari pihak vendor

Selain peluang, tentu dalam bisnis akan muncul juga beberapa ancaman. Peluang yang besar akan memunculkan sebuah ancaman juga bagi Bisnis Nafiisah Hijab. Munculnya para pesaing yang memiliki banyak keunggulan tentu menjadi salah satu ancaman tersendiri bagi bisnis Nafiisah Hijab. Adapun ancaman tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 5. 4

**Ancaman (Threat) Nafiisah Hijab**

<i>Threat 1-T1</i>	Para pesaing pakaian muslim yang sudah ternama dan lama dalam bisnis pakaian muslim.
<i>Threat 2-T2</i>	Keadaan ekonomi yang tidak pasti
<i>Threat 3-T3</i>	Penurunan daya beli masyarakat
<i>Threat 4-T4</i>	Perang harga
<i>Threat 5-T5</i>	Pesaing dapat bekerja sama dengan artis atau selebgram untuk mempromosikan produknya ke masyarakat luas

Dari faktor-faktor internal yang dimiliki oleh Nafiisah Hijab, baik kekuatan maupun kelemahan, maka faktor-faktor internal strategis dari Nafiisah Hijab bisa dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 5. 5

***Internal Strategic Factors Summary***

<b>Internal Strategic Factor</b>	<b>Weight</b>	<b>Rating</b>	<b>Weight Score</b>
<b><i>Strength :</i></b>			
• Mempunyai banyak informasi mengenai vendor-vendor pakaian muslim	0,05	4	0,2
• Menjual Barang secara Eceran dan Grosir	0,05	5	0,25
• Dikemas dengan <i>packaging</i> ramah lingkungan seperti menggunakan <i>papper bag</i> untuk mengurangi kantong plastic	0,1	6	0,6
• Menggunakan bahan yang berkualitas	0,1	7	0,7
• Harga Terjangkau	0,2	8	1,6

<b>SUB TOTAL STRENGHT</b>	0,5		3,35
<b>Weakness :</b>			
• Modal yang terbatas	0,2	7	1,4
• Jangkauan distribusi masih terbatas	0,1	6	0,6
• Memerlukan biaya iklan yang besar	0,1	5	0,5
• Masih merupakan pendatang baru dalam bisnis pakaian muslim ini	0,1	4	0,4
<b>SUB TOTAL WEAKNESS</b>	0,5		2,9
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>0,45</b>

Sementara itu, untuk faktor-faktor eksternal strategis dari Nafiisah Hijab bisa di lihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 5. 6**

*External Strategic Factor Summary*

<b>External Streategic Factors</b>	<b>Weight</b>	<b>Rating</b>	<b>Weight Score</b>
<b>Opportunities :</b>			
• Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar	0,15	8	1,2
• Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat dari tahun ke tahun	0,1	7	0,7
• Makin bertambahnya wanita yang menggunakan hijab	0,1	6	0,6
• Adanya teknologi yang membatu promosi penjualan	0,1	5	0,5

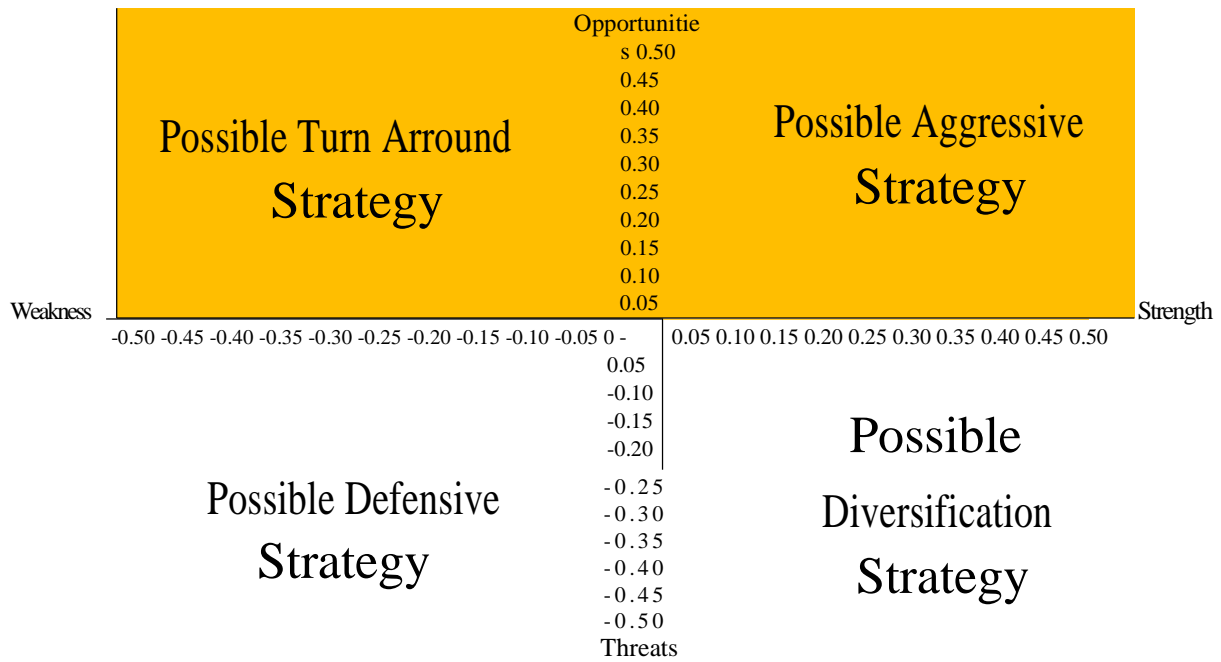
• Dukungan dari pihak vendor	0,05	4	0,2
<b>SUB TOTAL OPPORTUNITIES</b>	<i>0,5</i>		<i>3,2</i>
<b><i>Threats :</i></b>			
• Para pesaing pakaian muslim yang sudah ternama dan lama dalam bisnis pakaian muslim.	0,1	4	0,4
• Keadaan ekonomi yang tidak pasti	0,05	5	0,25
• Penurunan daya beli masyarakat	0,05	6	0,3
• Perang harga	0,2	7	1,4
• Pesaing dapat bekerja sama dengan artis atau selebgram untuk mempromosikan produknya ke masyarakat luas	0,1	8	0,8
<b>SUB TOTAL THREATS</b>	<i>0,5</i>		<i>3,15</i>
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>0,05</b>

- **Hasil Analisis Strategi Bisnis Nafiisah Hijab**

Dari hasil analisis SWOT diatas, didapat bahwa :

- *Strength – Weakness* = 0,45
- *Opportunity – Threats* = 0,05

Sehingga jika diambil kesimpulan dari matriks di bawah ini, maka dihasilkan posisi bisnis pada posisi “*possible aggressive Strategy*” ini merupakan salah satu posisi yang sangat menguntungkan bagi perusahaan karena perusahaan mendapatkan beberapa peluang lingkungan dan memiliki banyak kekuatan sehingga mendorong untuk memanfaatkan peluang tersebut. Strategi agresif menjadi pilihan bagi Nafiisah Hijab.



**Gambar 5. 4**

**Diagram Cartesius Analisa SWOT**

**5.2.6. Sasaran dan Strategi Usaha**

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan diatas, dapat ditentukan apa yang menjadi sasaran dan strategi usaha untuk mencapai tujuan bisnis.

**Tabel 5. 7**

**Strategi Usaha Nafiisah Hijab**

Faktor Internal	<i>Strength :</i>	<i>Weakness :</i>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mempunyai banyak informasi mengenai vendor-vendor pakaian muslim</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Modal yang terbatas</li> <li>● Jangkauan distribusi masih terbatas</li> <li>● Memerlukan biaya</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjual Barang secara Eceran dan Grosir</li> <li>• Dikemas dengan <i>packaging</i> ramah lingkungan seperti menggunakan <i>papper bag</i> untuk mengurangi kantong plastik</li> <li>• Menggunakan bahan yang berkualitas</li> </ul>	<p>iklan yang besar</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masih merupakan pendatang baru dalam bisnis busana muslim ini</li> </ul>
<p><b>Faktor Eksternal</b></p> <p><i>Opportunities :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar</li> <li>• Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat dari tahun ke tahun</li> <li>• Makin bertambahnya wanita yang menggunakan hijab</li> <li>• Adanya teknologi yang membatu promosi penjualan</li> <li>• Dukungan dari pihak</li> </ul>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Melakukan promosi yang menarik serta paid promote</li> <li>-Menjalin hubungan baik dengan <i>supplier</i></li> </ul>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari investor</li> <li>• Memperkuat ciri khas produk</li> </ul>

vendor		
<p><b>Threats :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para pesaing pakaian muslim yang sudah ternama dan lama dalam bisnis pakaian muslim.</li> <li>• Keadaan ekonomi yang tidak pasti</li> <li>• Penurunan daya beli masyarakat</li> <li>• Perang harga</li> <li>• Pesaing dapat bekerja sama dengan artis atau selebgram untuk mempromosikan produknya ke masyarakat luas</li> </ul>	<p><b>Strategi ST</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan harga yang lebih bersaing dengan tetap tidak menurunkan kualitas dan lebih baik dari pesaing</li> <li>• Mencari partner untuk sewa ruko</li> </ul>	<p><b>Strategi WT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat promosi yang menarik setiap bulannya</li> <li>• Mencari cadangan konveksi</li> </ul>

Dengan panduan strategi usaha diatas, Nafiisah Hijab diharapkan dapat memanfaatkan setiap peluang yang ada serta meminimalisir setiap kerugian dan ancaman yang menghadang. Namun tidak hanya itu, Nafiisah Hijab juga harus tetap selalu berinovatif, inovasi dan akan selalu meningkatkan kualitas produk serta pelayanannya sehingga dapat memuaskan konsumen.

### 5.2.7. Strategi Pemasaran (*Target Market, Targeting, dan Positioning*)

#### 1. Target Market

Target pasar dari penjualan produk Nafiisah Hijab membidik kaum wanita muslimah berdasarkan usia produktif dan telah memiliki penghasilan sendiri. Target konsumen Nafiisah Hijab adalah kelompok perempuan berusia 20– 44 tahun merupakan kelompok usia muda dan produktif terutama yang telah mandiri dan memiliki pekerjaan tetap dan khususnya memiliki keinginan untuk berbelanja busana muslim dari Nafiisah Hijab.

Kemudian wilayah pemasaran Nafiisah Hijab adalah wilayah Kota Bandung dan sekitarnya. Pemilihan area ini di karenakan wilayah tersebut wilayah pemasaran yang berpotensi. Kota Bandung merupakan kota padat penduduknya dan memiliki tingkat kesibukan masyarakat yang cukup tinggi sehingga peluang pasar salah satu peluang kebutuhan pasar akan busana muslim.

#### 2. Positioning

Nafiisah Hijab membangun *image* dengan logo wanita berhijab dan kekuatan *tagline* “Jadikan penampilanmu lebih berharga” yang memiliki arti menurut Islam bahwa setiap wanita adalah berharga, sehingga wajib menutup auratnya untuk mencegah hal yang tidak diinginkan. Dan konsep baju Syar’I yang akan di tonjolkan diharapkan dapat menjadi pilihan wanita muslimah di Indonesia untuk memenuhi kebutuhan sandang.

#### 3. Bauran Pemasaran (4P)

Nafiisah Hijab dalam *marketing mix* perusahaan produk busana muslim khususnya, ada unsur-unsur atau elemen yang menjadi dasar pertimbangan pengambilan keputusan dalam pembuatan strategi dalam program pemasaran yaitu 4P : *Product, Price, Place, Promotion*

**a. Produk**

Nafiisah Hijab adalah suatu usaha yang fokus pada penjualan produk busana muslim, dengan model-model gamis yang bervariasi dan *modern* dengan kualitas premium dan harga terjangkau.

Berikut ini contoh-contoh produk dari Nafiisah Hijab :



**Gambar 5. 5**

**Produk Nafiisah Syar'I**



**Gambar 5. 6**

**Produk Nafiisah Gamis**



**Gambar 5. 7**

**Produk Nafiisah Abaya**



**Gambar 5. 8**  
**Produk Nafisah Hijab**

**b. Harga**

Untuk harga yang akan di gunakan menggunakan teknik *price lining*, dimana Nafisah Hijab akan menetapkan berbagai macam harga tergantung jenis, model dan bahan. Harga yang di tawarkan Nafisah Hijab tergantung dari model pakaian nya. Adapun harga yang akan di bandrol berkisar dari Rp.100,000 s/d Rp.250,000 per pcs.

**c. Distribusi**

Untuk kantor Nafisah hijab berlokasi di Kota Bandung Jln. Babakan Tarogong no 440/196B mulai berdiri tahun 2020. Berikut terlampir peta lokasi dari kantor Nafisah Hijab :



**Gambar 5.9**

**Peta Lokasi Kantor Nafiisah Hijab**

**d. Promosi**

Dalam melaksanakan promosinya, Nafiisah Hijab melakukan promosi dari mulut kemulut terlebih dahulu, menawarkan kepada teman dan keluarga agar tertarik menjadi *reseller* dan memberikan *voucher* potongan harga atau *discount* kepada calon konsumen pada saat awal pembukaan Nafiisah Hijab. Di lanjutkan dengan memberikan *member card* pada pelanggan setia.

**5.2.8. Perencanaan Keuangan**

**a. Tujuan Perencanaan Keuangan**

Tujuan membentuk perencanaan keuangan adalah untuk mengetahui kelayakan usaha Nafiisah Hijab dilihat dari aspek keuangan.

**b. Strategi Perencanaan Keuangan**

Strategi perencanaan keuangan usaha dijabarkan sebagai berikut :

- **Kebutuhan Modal**

Modal yang di perlukan untuk usaha ini di perkirakan mencapai Rp 150.000.000,- yang di proyeksikan dalam jangka waktu 6 bulan. Diharapkan dalam kurun waktu tersebut kegiatan usaha ini sudah mampu mengembalikan modal investasi yang telah di tanamkan. Adapun rencana penggunaan modal tersebut dapat dilihat pada lampiran.

- **Perkiraan Laba Rugi**

Perkiraan laba/rugi di ilustrasikan dalam 2 (dua) bagian :

Bagian pertama menggambarkan ramalan perkiraan laba/rugi yang diperkirakan akan terjadi pada tahun pertama, dimana di uraikan perincian setiap bulannya dan 3 tahun pertama. (lampiran). Bagian kedua menggambarkan ramalan perkiraan laba/rugi yang diperkirakan akan terjadi dalam kurun waktu 5 tahun, dimana diuraikan perincian setiap tahunnya.

Didalam uraian tersebut, tampak pada tahun pertama dan tahun-tahun berikutnya menggambarkan peningkatan perolehan dari penjualan, bahwa setiap tahun akan terjadi kenaikan minat konsumen terhadap produk Nafiisah Hijab karena iklan yang dibuat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Dalam perhitungan tersebut, harga-harga bahan baku diasumsikan konstan setiap tahunnya, sehingga harga jual tetap sama setiap tahunnya.

**c. Perkiraan Arus Kas**

Pada bagian ini menggambarkan ramalan perkiraan arus kas yang di perkirakan akan terjadi dalam kurun waktu 5 tahun, dimana diuraikan perincian setiap bulannya. Dalam tabel tersebut tampak bahwa dalam kurun waktu kurang dari 1 tahun, telah terakumulasi sejumlah yang di peroleh dari keuntungan (laba bersih) yang mampu untuk mengembalikan besarnya modal investasi yang telah dilakukan. Dimana terhadap modal investasi tersebut telah diperhitungkan pula besar bunga sebesar 12% per tahun. Dari uraian perkiraan arus uang tersebut di atas, maka dapat dilakukan perhitungan kelayakan bisnis dengan raiso-rasio keungan seperti di uraikan pada tabel berikut ini :

**Tabel 5. 8**  
**Hasil Analisis Usaha Dari Nafiisah Hijab**

Year	Cash Flow	Cumulative	Discount Factor (12%)	Present Value
0	(150,000,000)	(150,000,000)	1	(150,000,000)
1	Rp105,150,000	-Rp44,850,000	0.893	Rp93,898,950
2	Rp86,650,000	Rp41,800,000	0.797	Rp69,060,050
3	Rp86,650,000	Rp128,450,000	0.712	Rp61,694,800
4	Rp86,650,000	Rp215,100,000	0.636	Rp55,109,400
5	Rp86,650,000	Rp301,750,000	0.567	Rp49,130,550
				<b>178,893,750</b>
			<b>NPV</b>	<b>159,726,562</b>
			<b>IRR</b>	<b>19.262%</b>
			<b>Payback Periode</b>	<b>1 tahun 6 bulan</b>

**Sumber : Data primer yang diolah kembali**

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa investasi yang dilakukan untuk menjalankan usaha Nafiisah Hijab ternyata dapat digolongkan sebagai investasi yang menguntungkan, karena *Net Present Value* lebih dari nol ( $NPV > 0$ ). Selain itu, *internal rate of return* yang dihasilkan pun melebihi *discount factor* (tarif bunga yang diasumsikan berlaku) dimana hasilnya adalah 19,262 %. Jadi, tingkat pengembaliannya melebihi beban bunga yang harus dibayar (IRR 12%). Untuk pengembalian Investasi memerlukan waktu 1 tahun 6 bulan.