



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. *Trend dan Pertumbuhan Industri*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tren hijrah masyarakat Indonesia yang meningkat dimulai dari para tokoh *public figure* (artis) yang mulai berpindah kebiasaannya yang semula tidak mengenakan hijab kini beralih untuk mengenakan hijab sebagai pakaian kesehariannya serta mereka berbondong – bondong mendirikan komunitas elit sebagai wadah belajar keagamaan. Dengan begitu, fenomena ini menjadikan tren sosial yang hadir dan dapat diapresiasi serta diikuti secara komunal dalam suatu waktu.

(Sumber: <https://journal2.unusa.ac.id/index.php/JIC>)

Di samping itu tren industri pakaian muslim *syar'i* di Indonesia terbilang cukup signifikan sejak tahun 2017 dikutip dari *jurnal.isbi.ac.id* mengatakan bahwa tren busana muslim saat ini sedang mengalami perkembangan yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal diantaranya adalah kemajuan teknologi dan informasi, maraknya komunitas - komunitas dakwah, serta sering diadakannya bazar dan peragaan busana muslim. Berdasarkan kutipan buku *Greyzone Modest Trend Forecasting 2017-2018*, salah satu tren busana muslim yang sedang berkembang di Indonesia adalah tren busana *syar'i* modern. Tren busana ini merupakan penggabungan antara syariat dan kemajuan zaman.

Hawaidd tidak hanya mengedepankan pada model pakaian namun juga mengkombinasikannya dengan kain – kain tradisional nusantara, sehingga tidak

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menciptakan kebosanan bagi pemakainya karena kekayaan budaya Indonesia yang memiliki aneka ragam jenis kain tradisional dengan kualitas terbaik.

Dikutip dari laman *femina.co.id* industri busana muslim merupakan industri yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Berdasarkan data Pusdatin Kementerian Perindustrian, kinerja ekspor industri pakaian jadi sepanjang tahun 2019 mencapai US\$ 8,3 Miliar dan pada periode bulan Januari hingga September 2020 ekspor industri pakaian jadi telah mencapai angka US\$ 5,36 Miliar. Meskipun pandemi *Covid-19* menurunkan angka konsumsi fesyen muslim dunia sebesar 2,9% menjadi US\$ 268 Miliar yang semula adalah US\$ 277 Miliar, namun diarpakan tahun 2021 industri ini akan kembali pulih.

Sumber: <https://www.femina.co.id/biznews/potensi-desainer-muda-busana-muslim-di-mofp-2020>

Dikutip dari laman *antaranews.com* Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita optimis bahwa industri fesyen muslim di Indonesia berpotensi dan mampu berkompetensi di pasar global, sehingga dapat berkontribusi dalam perekonomian. Selain itu, Menperin juga menegaskan, pelaku IKM fesyen muslim perlu terus berinovasi untuk meningkatkan keberterimaan produknya, baik di pasar dalam maupun luar negeri. Dengan demikian, mereka dapat terus bergerak dan memberikan kontribusinya bagi perekonomian nasional.

Sumber: <https://www.antaranews.com/berita/1478769/menperin-optimistis-industri-fesyen-muslim-kompetitif-di-pasar-global>

Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (IKMA) Kemenperin bapak Gati Wibawaningsih di Jakarta mengatakan “Pada tahun ini konsumsi fashion Muslim dunia memang agak menurun akibat pandemi *Covid-19*. Namun kami yakin akan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kembali pulih pada 2021. Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai negara yang mengembangkan fesyen muslim terbaik di dunia setelah Uni Emirat Arab dan Turki. Hal ini menunjukkan peluang Indonesia untuk dapat berada pada urutan pertama dan menjadi salah satu pusat fesyen muslim dunia”.

Sumber: <https://bisnis.tempo.co/read/1407920/kementerian-perindustrian-ungkap-peluang-ri-jadi-pusat-fesyen-muslim-dunia>

B. Analisis Pesaing *Hawaid*

Tabel 3. 1
Analisis Pesaing *Hawaid*

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Alfi Hurrayah	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki pemasar yang cukup baik dengan partner penjualan di berbagai daerah. Memiliki variasi produk beraneka ragam. Merek mulai dikenal di kalangan pemakai busana syar'i. 	<ol style="list-style-type: none"> Harga terbilang tinggi dibanding pesaing. Tidak memiliki marketplace resmi yang dapat dipercaya. Tidak memiliki butik resmi atau penjualan offline.
Jubah Akhwat	<ol style="list-style-type: none"> Harga terjangkau. Melakukan inovasi produk. Memiliki akun resmi di setiap media sosial. Pelayanan yang responsif kepada pelanggan. 	<ol style="list-style-type: none"> Toko fisik masih terbatas di satu tempat, sehingga tidak mudah dijangkau. Menggabungkan jenis penjualan di luar industri pakaian. Penjualan di marketplace masih terbatas.

Sumber: Observasi Penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Analisis *PESTLE* (Political, Economy, Social, Technology, Environment,

Legal)

PESTLE Analysis adalah metode analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor – faktor eksternal yang mempengaruhi suatu organisasi.

PESTLE Analysis dapat digunakan untuk mempertimbangkan faktor - faktor permasalahan eksternal yaitu: *Political, Economic, Social, Technology, Legal* dan *Environment*. Berikut *PESTLE Analysis Hawaii*:

1. *Political*

Dikutip dari laman *kemenkeu.go.id* pemerintah turut memberikan dukungan dan kemudahan berusaha bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan berbagai cara. Pemerintah berupaya untuk menyederhanakan administrasi perpajakan, intensif pajak dan kepabeanan. Pemerintah juga memberikan kemudahan dan penyederhanaan bagi pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual yang dibutuhkan setiap pengusaha, selain itu pemerintah juga mengalokasikan produk UMK dan koperasi dari hasil produksi dalam negeri dalam pengadaan barang atau jasa pemerintah.

2. *Economy*

Dikutip dari laman *kemenkeu.go.id*, pemerintah dalam rangka mengembangkan UMKM memungkinkan kegiatan UMKM menjadi jaminan untuk mengakses kredit pembiayaan usaha. Dengan begitu, para pelaku usaha UMK akan dimudahkan dalam peminjaan kredit usaha di bank – bank konvensional maupun bantuan langsung dari pemerintahan. Dalam fase pengembangan, pemerintah juga dapat memberikan pendampingan bagi pelaku UMKM agar mampu mengakses pembiayaan serta menguatkan kapasitas pelaku usaha pemula.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. *Social*

Faktor keadaan sosial seperti perubahan gaya hidup, demografi, dan psikologis masyarakat memberikan pengaruh signifikan bagi pendirian sebuah usaha. Dengan begitu hal ini memberikan pengaruh kepada *Hawaidd* untuk terus berupaya mengikuti perkembangan trend yang terus menerus mengalami perubahan dari masa ke masa.

Dilansir dari laman *jurnaljiebi.org* pertumbuhan industri halal di Indonesia berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir termasuk industri fesyen. Perkembangan ini dilihat dari banyaknya komunitas muslim yang menerapkan *halal life style* bertajuk penggunaan produk halal menjadi sebuah tren di kehidupan masyarakat yang menjadi dampak tingginya peningkatan permintaan konsumen dalam penggunaan produk halal termasuk busana muslimah. Kemudian, kemunculan komunitas dakwah yang banyak pula diikuti oleh selebriti tanah air dan beralih dengan menggunakan pakaian *syar'i* menjadikan minat masyarakat semakin tinggi mengenakan pakaian muslim berdasarkan faktor pribadi dan faktor psikologis masing – masing dari konsumen pengguna busana muslim.

4. *Technology*

Dilansir dari artikel jurnal *bbs.binus.ac.id* mengatakan bahwa dalam beberapa dekade terakhir teknologi informasi (TI) memegang peran penting dalam kehidupan manusia dan terus mengalami perkembangan sangat luar biasa. Perusahaan berskala besar maupun kecil menggunakan teknologi informasi sebagai alat pendukung mereka dalam aktivitas kesehariannya untuk mempermudah pelayanan dalam perusahaannya. Dengan kemajuan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



perkembangan teknologi dan informasi ini menghadirkan aplikasi dan layanan *e-bisnis*, *e-business*, *e-commerce* di berbagai belahan dunia termasuk di Indonesia yang memudahkan transaksi maupun pengembangan usaha yang didirikan. Dengan adanya *e-commerce* juga dapat menambah pengaruh baik dalam penjualan bagi sejumlah perusahaan termasuk *Hawaid*. Di era yang serba digital ini membuat sebagian aktivitas perusahaan juga beralih ke sistem *online* agar dapat menghemat waktu, biaya dan tenaga.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

5. Legal

Kelegalan sebuah pendirian usaha merupakan faktor yang mempengaruhi di Indonesia yang juga merupakan negara dimana hukum – hukum aturan dan tata tertib dilaksanakan dalam Undang – Undang. Hal – hal yang menyangkut kelegalan sebuah perusahaan mengatur berbagai perlindungan meliputi perlindungan tenaga kerja, perlindungan konsumen, dan segala bentuk administrasi dari pendirian sebuah perusahaan guna memberikan kemudahan dalam segala aktivitas yang akan berlangsung.

Diantara proses legal yang harus dipatuhi setiap pendiri usaha adalah dengan program pendaftaran perusahaan agar diakui oleh negara akan berdirinya sebuah perusahaan biasanya dengan melengkapi berkas Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Nomer Induk Berusaha (NIB), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), dan mendaftarkan perusahaan agar menjadi wajib pajak dengan mengaktifkan Nomer Induk Wajib Pajak (NPWP). Disamping itu faktor legal yang diberikan oleh pemerintah dalam mendukung berdirinya UMKM di Indonesia adalah pemerintah memberikan kemudahan dengan menyederhanakan prosedur perijinan melalui *One Single Submission* (OSS). Kemudian memberi keringanan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



biaya perijinan bagi pembentukan Usaha Kecil dan pembebasan biaya perijinan bagi Usaha Mikro serta dukungan pembiayaan yang terjangkau bagi Usaha Mikro dan Kecil (UMK). (Dikutip dari laman pemerintahan kemenkeu.go.id)

6. **Environment**

Lingkungan merupakan faktor yang juga memiliki peran penting bagi pendirian sebuah usaha, dengan semakin baiknya faktor lingkungan yang mempengaruhi akan semakin bertambah baik jalannya sebuah perusahaan.

Pendirian usaha *hawaid* dapat menimbulkan berbagai pandangan dari lingkungan sekitar namun tidak berdampak begitu besar karena pendirian ini hanya akan berpengaruh pada masyarakat yang khawatir akan kebisingan yang ditimbulkan akibat dari suara mesin jahit yang dihasilkan dari proses produksi pakaian muslim ini. Selain itu, faktor cuaca dan iklim di Indonesia mempengaruhi jalannya pendistribusian pasokan bahan baku kain – kain tradisional yang cukup jauh dan terbatas sehingga hal ini harus diantisipasi dengan menyediakan stok disaat musim hujan tiba yang dapat menghambat proses pengiriman bahan baku.

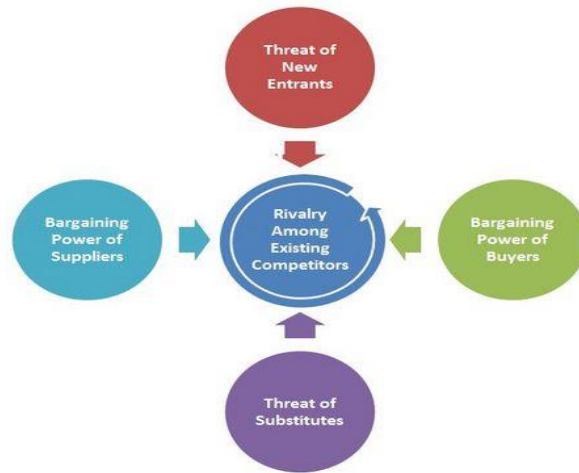
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

D. Analisis Pesaing: Lima Kekuatan Persaingan model Porter (*Porter Five Forces*)

B) Business Model



Menurut David (2010:145), “Model lima kekuatan Porter tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri”. Dalam analisis lima kekuatan porter juga perlu memperhatikan subjek yang akan dianalisis, memahami perspektif pesaing lama maupun pesaing baru yang akan masuk dalam industri tersebut. Kemudian mulai menganalisis dan menentukan perspektif dari lima kekuatan penawaran. Analisis Lima Kekuatan Persaingan model Porter perusahaan *Hawaid*:

1. Hambatan bagi Pendatang Baru (*Threat of New Entrants*): Tinggi

Hambatan bagi pendatang baru bagi *hawaid* yang merupakan usaha pakaian muslim kombinasi kain etnik nusantara ini terbilang tinggi. Karena kompetitor mudah masuk ke industri *fashion* ini, kemudian banyak juga pendatang baru yang memiliki teknologi yang mumpuni seperti mesin jahit yang terbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Daya Tawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*): Tinggi

Daya tawar pemasok bagi usaha *Hawaid* terbilang cukup kuat, karena pemasok kami memiliki kualitas bahan yang tinggi namun terbatas untuk jumlahnya disamping itu juga banyak permintaan yang masuk bukan hanya dari kami, inilah yang menyebabkan tingginya daya tawar pemasok dengan perusahaan karena kualitas bahan baku yang terjamin dan terbatasnya pemasok pengganti yang berkualitas pula.

3. Daya Tawar Pembeli (*Bargaining Power of Buyers*): Rendah

Daya tawar pembeli terbilang rendah, karena *Hawaid* memiliki produk – produk terbatas dengan kualitas tinggi namun para pembeli terbilang tidak terlalu banyak yang mencari produk kami dan tidak banyak penjual serupa yang menjual seperti sejenis kualitasnya dengan *Hawaid*.

4. Hambatan bagi Produk Pengganti (*Threat of Substitutes*): Tinggi

Ancaman bagi produk pengganti bagi perusahaan kami terbilang tinggi, karena pengusaha pakaian muslim di Indonesia terbilang sangat banyak, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mendapat produk pengganti yang lebih murah dan bervariasi. Dalam hal ini, masyarakat dapat memilih produk yang lebih terjangkau harganya dibandingkan dengan produk *Hawaid* namun disamping itu pesaing substitusi juga tak menjamin berkualitas serupa dengan *Hawaid*.

5. Tingkat Persaingan dengan Kompetitor (*Rivalry among Existing Competitors*): Tinggi

Tingkat persaingan dengan kompetitor sejenis terbilang cukup kuat karena *Hawaid* terbilang masih baru dalam industri *fashion* muslim. Selain itu kami belum memiliki pelanggan yang kuat seperti *brand* yang sudah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

hadir lebih dulu sebelum *Hawaaid* oleh karena itu tingkat persaingan sejenis terbilang cukup tinggi bagi *Hawaaid*.

E. Analisis Faktor – Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix/CPM*)

CPM (*Competitive Profile Matrix*) adalah sebuah alat manajemen strategi yang cukup efektif dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing utama dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

CPM menunjukkan gambaran yang jelas tentang titik kuat dan titik lemah relatif produk atau jasa terhadap pesaing. Di sisi lain CPM adalah produk atau jasa dengan jumlah nilai terbobot yang paling tinggi dianggap sebagai pemenang diantara para pesaing. Namun, meski demikian angka – angka total nilai terbobot hanyalah menggambarkan kekuatan relatif produk atau jasa yang dibandingkan.

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Tabel 3. 2
Analisis CPM *Hawaid*

C

Key success Factors	Bobot	HAWAID		ALFI HURAIYAH		JUBAH AKHWAT	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Inovasi Produk	0,17	3	0,51	3	0,51	3	0,51
Harga	0,20	2	0,40	3	0,60	4	0,80
Pemasaran	0,15	3	0,45	4	0,60	3	0,45
Brand/Merk	0,20	2	0,40	3	0,60	2	0,40
Pelayanan	0,08	4	0,32	2	0,16	3	0,24
Tenaga kerja digital	0,20	4	0,80	3	0,60	2	0,40
Total	1,00		2,88		3,07		2,64

Sumber: Observasi Penulis

Keterangan Tabel 3.2:

- a. *Key Success Factors*, merupakan indikator keberhasilan sebuah usaha. Sebuah merek akan memiliki sebagian atau keseluruhan dari keunggulan faktor keberhasilan ini yang membuat bisnisnya menjadi semakin terbaik.
- b. Bobot menunjukkan faktor yang memiliki keberhasilan bagi perusahaan, semakin tinggi bobot yang diperoleh maka faktor keberhasilan itu semakin dibutuhkan dalam pendirian usaha.
- c. Peringkat (*Rating*) merupakan tingkat penilaian yang diperoleh pada masing masing pihak, dalam asumsi penilaian tabel 3.2 angka tertinggi adalah angka 4 yang memiliki arti sangat kuat, angka 3 memiliki arti cukup kuat, angka 2 memiliki arti lemah, dan angka 1 memiliki arti sangat lemah.
- d. Dan hasil akhir atau *score* merupakan total dari (bobot x *rating*).

Kesimpulan dari analisis CPM pada tabel 3.2 ini *Hawaid* memperoleh hasil penilaian sebesar 3,17. Angka yang didapat berdasarkan asumsi penulis yang telah menilai langsung dari kedua brand pesaing, dimana *Elzatta*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

memperoleh nilai 3,46 hal ini dipengaruhi oleh faktor keberhasilan *Elzatta* dalam memasuki pasar di Indonesia yang diterima oleh masyarakat dan terus berupaya mengembangkan bisnisnya. Sedangkan brand *Jubah Akhwat* memperoleh 2,6 dengan asumsi dari penulis yang telah melakukan observasi terhadap merek *Jubah Akhwat*, sedangkan *Hawaid* memperoleh hasil 3,17 yang mana hasil ini menandakan bahwa *Hawaid* termasuk brand terbaru Indonesia yang mampu bersaing dengan pemain di industri fashion yang terbilang sudah cukup lama.

F Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Menurut Rangkuti (2013), analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Tabel 3. 3
Analisis SWOT *Hawaid*

<p>SWOT Analysis</p> <p>HAWAID</p>	<p><u>Strengths (Kekuatan):</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inovasi Produk. 2. Pelayanan yang berkualitas tinggi terhadap konsumen. 3. Strategi pemasaran yang kompeten. 4. Tenaga kerja yang kompeten di bidang <i>Digital Marketing</i>. 5. Pemasok yang berkualitas. 	<p><u>Weakness (Kelemahan):</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masih belum dikenal oleh masyarakat luas. 2. Keterbatasan modal untuk mengembangkan perusahaan. 3. Harga lebih mahal dari pesaing 	
	<p><u>Opportunities (Peluang):</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Indonesia merupakan negara berpenduduk muslim tertinggi di dunia. 2. Indonesia memiliki keanekaragaman budaya terutama dalam jenis kain tradisional yang membanggakan. 3. Tren hijrah meningkat dan penggunaan busana muslim di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. 	<p><u>(S-O Strategies):</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aktif mengikuti perkembangan tren setter <i>fashion</i> muslim dan mengikuti webinar bisnis di berbagai tempat. (S1, O1, O2) 2. Melakukan strategi promosi dan terjun langsung memasarkan produk ke target pasar. (S2, S3, O1, O3) 3. Melakukan penelusuran langsung mencari produsen terbaik di beberapa daerah tertentu. (S1, S5, O2) 	<p><u>(W-O Strategies):</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terus berupaya melakukan pengembangan bisnis dan mulai mencari tim yang berkualitas. (W1, O1, O3) 2. Menjadi sponsor berbagai acara termasuk pagelaran budaya serta membuat merchandise untuk menguatkan brand. (W1, O1, O2, O3) 3. Peningkatan jumlah permintaan busana muslim di Indonesia meningkatkan daya jual <i>Hawaid</i> kepada konsumen. (S3, O1, O3, W1)
	<p><u>Threat (Ancaman):</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Daya beli masyarakat yang menurun akibat pandemi <i>Covid-19</i>. 2. Banyaknya pesaing dalam industri busana muslim di Indonesia. 3. Ketertinggalan tren dan informasi yang terbaru. 	<p><u>(S-T Strategies):</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi dan strategi yang menarik untuk menarik minat beli pelanggan. (S2, S3, S4, T1, T2) 2. Mengikuti informasi perkembangan marketing dan tren yang sedang menarik di kalangan masyarakat. (S4, T2, T3, T4) 	<p><u>(W-T Strategies):</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat tagline dan mengenalkannya kepada konsumen (T1, T2, W1) 2. Melakukan upaya peningkatan penjualan produk dengan memaksimalkan penawaran kepada pelanggan dan mengembangkan perlengkapan mesin yang terbaru. (T1, T2, T3, W1)

Sumber: *Hawaid*, Tahun 2021

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Penjelasan berdasarkan tabel 3.3 Analisis SWOT Hawaid adalah sebagai berikut:

C 1. *Strength - Opportunity Strategies (S-O Strategies):*

- a. Aktif mengikuti perkembangan tren setter *fashion* muslim dan mengikuti webinar bisnis di berbagai tempat

Hawaid akan terus berupaya mengikuti perkembangan tren fashion muslim dunia dan fashion muslim Indonesia serta ikut berperan aktif dalam kegiatan webinar terkait perkembangan tren busana syar'i agar produk Hawaid terus berinovasi, berkreasi dan tetap menjadi pilihan pelanggan.

- b. Melakukan strategi promosi dan terjun langsung memasarkan produk ke target pasar

Dalam upaya memasarkan produk Hawaid juga melakukan promosi secara berkala untuk menarik minat beli konsumen dan tim kami akan menjangkau langsung dengan berinteraksi dengan konsumen dalam kegiatan bazaar atau acara pameran – pameran busana muslim terkhusus di Indonesia yang memiliki jumlah penduduk yang cukup banyak dan kegiatan pagelaran budaya dan *event* muslim sangat banyak di dalamnya.

- c. Melakukan penelusuran langsung mencari produsen terbaik di beberapa daerah tertentu

Inovasi dan kualitas produk Hawaid terus dikembangkan dengan cara kami memilih pemasok yang berkualitas dan meninjau langsung para pemasok di berbagai daerah selain itu ragam macam budaya Indonesia menjadi peluang tersendiri dimana Hawaid dapat memberikan produk yang unik, kreatif dan berkualitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





2. *Weakness – Opportunity Strategies (WO Strategies):*

- a. Terus berupaya melakukan pengembangan bisnis dan mulai mencari tim yang berkualitas

Hawaid berupaya mengembangkan bisnis agar dikenal masyarakat luas dengan berbagai cara pemasaran dan pengiklanan yang berkesinambungan serta menambah keunggulan sumber daya manusia dalam perusahaan guna menjadi perusahaan yang mampu bersaing di industri *fashion* muslim Indonesia.

- b. Menjadi sponsor berbagai acara termasuk pagelaran budaya serta membuat merchandise untuk menguatkan brand

Langkah yang akan dilakukan *Hawaid* juga dengan cara menjadi sponsor acara-acara yang berkaitan dengan produk seperti penyelenggaraan acara-acara islami dan juga acara pagelaran kebudayaan Indonesia, dengan begitu upaya ini diharapkan dapat menjadi strategi yang baik untuk memperkenalkan *Hawaid* di kalangan masyarakat muslim Indonesia.

- c. Peningkatan jumlah permintaan busana muslim di Indonesia meningkatkan daya jual *Hawaid* kepada konsumen.

Harga yang terbilang tinggi diantara pesaing merupakan bentuk penjelasan secara tidak langsung bahwa produk-produk *Hawaid* dibuat dengan bahan baku yang berkualitas, dan setara dengan tingkat permintaan pakaian muslim yang mengalami kenaikan setiap tahunnya.

3. *Strength – Threat Strategies (ST Strategies):*

- a. Melakukan promosi dan strategi yang menarik untuk menarik minat beli pelanggan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dengan adanya pandemi *Covid-19* berakibat pada penurunan daya beli masyarakat dan menurunnya perekonomian dunia. Namun, upaya yang akan terus dilakukan oleh *Hawaid* ialah tetap gencar melakukan upaya promosi dan strategi pemasaran yang menarik lainnya agar pelanggan tetap tertarik membeli produk pakaian muslim di *Hawaid*. Dengan begitu, hal ini diharapkan kondisi perekonomian Indonesia akan pulih kembali dan masyarakat tetap dapat menikmati produk-produk kami dengan upaya promosi yang kami lakukan setiap bulan dan tahunnya.

- b. Mengikuti informasi perkembangan marketing dan tren yang sedang menarik di kalangan masyarakat.

Seiring semakin berkembangnya *Hawaid* maka kami juga akan terus memantau perkembangan informasi mengenai digital marketing dan juga tren yang sedang menarik di kalangan masyarakat, dengan begitu *Hawaid* tidak akan mengalami ketertinggalan dan tidak menjadi yang terbelakang diantara para pesaingnya.

4. *Weakness-Threat Strategies (WT Strategies):*

- a. Membuat tagline dan mengenalkannya kepada konsumen

Upaya yang akan dilakukan *Hawaid* untuk memperkenalkan merek perusahaan kepada masyarakat diantaranya ialah membuat tagline yang mudah diingat oleh konsumen, sehingga menjadi sebuah *brand awareness* di kalangan masyarakat untuk terus mengenal *Hawaid*.

- b. Melakukan upaya peningkatan penjualan produk dengan memaksimalkan penawaran kepada pelanggan dan mengembangkan perlengkapan mesin yang terbaru.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Penurunan daya beli masyarakat akibat pandemi *Covid-19* membuat *Hawaiid* terus berupaya menawarkan kepada masyarakat ke seluruh wilayah, dan hal lain yang akan diperhatikan adalah keunggulan teknologi dan mesin yang digunakan dalam perusahaan yang juga menunjang kegiatan produksi agar dapat mencapai target yang telah ditentukan. Namun, seiring berkembangnya perusahaan *Hawaiid* akan mengajak para kerabat untuk menjadi investor bagi perusahaan *Hawaiid* dimana bisnis ini akan memberikan prospek yang baik kedepannya.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

