

ABSTRAK

PERANCANGAN MODEL BISNIS HIJAB MOTIF “SHAHEEDA”

Selma Ferena

21/484575/PEK/27442

Indonesia merupakan negara yang memiliki populasi muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data dari Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), persentase populasi muslim di Indonesia sebesar 86,9% dari total penduduk dan mengimplikasikan 13% dari umat muslim di seluruh dunia. Menurut Direktur Jenderal Industri Kecil dan Menengah (IKM) Kementerian Perindustrian, sekitar 20 juta orang Indonesia mengenakan hijab, yang mana hal ini menunjukkan bahwa terdapat peluang yang besar pada industri hijab di Indonesia.

Dalam industri *fashion* terutama hijab, inovasi dan kreativitas menjadi faktor penting untuk dapat tetap bertahan dan sukses di pasar. Maka dari itu diperlukan inovasi baru yang menjadikan suatu produk berbeda dari produk yang sudah ada di pasaran. Saat ini, *ghazwul fikh* atau perang pemikiran telah menjadi tantangan yang nyata bagi umat muslim. *Ghazwul fikh* masuk ke kehidupan umat Islam melalui tiga aspek yaitu *fun*, *food* dan *fashion*, yang mana dalam aspek *fashion* perempuan menjadi target utamanya. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat peluang yang besar untuk menghadapi *ghazwul fikh* pada perempuan melalui aspek *fashion*. Oleh karena itu, Shaheeda hadir dalam bentuk produk hijab yang menceritakan kisah muslimah terdahulu sebagai jawaban agar Muslimah di era sekarang memiliki *role model* yang tepat dan sesuai dengan identitasnya sebagai seorang muslim.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis hijab Shaheeda serta menganalisis kelayakan bisnis Shaheeda secara finansial. Penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan survei sebagai metode pengumpulan data. Data yang diperoleh digunakan sebagai acuan pembuatan konsep model bisnis hijab Shaheeda. Hasil pengumpulan data dijelaskan melalui pendekatan peta empati dan *lean model canvas*. Kelayakan ekonomi bisnis Shaheeda berdasarkan perhitungan NPV (*Net Present Value*) sebesar Rp818.981.254,76, IRR (*Internal Rate of Return*) sebesar 43,01 persen, dan PP (*Payback Period*) selama 2 tahun 9 bulan. Nilai positif dari kelayakan ekonomi, menyimpulkan bahwa rencana bisnis hijab Shaheeda layak untuk dijalankan

Kata Kunci: *Lean Model Canvas, Hijab, Rencana Bisnis, Fashion Muslim*

ABSTRACT

THE BUSINESS MODEL OF PATTERN HIJAB “SHAHEEDA”

Selma Ferena

21/484575/PEK/27442

Indonesia is a country that has the largest Muslim population in the world. Based on data from the Ministry of Home Affairs (Kemendagri), the percentage of the Muslim population in Indonesia is 86.9% of the total population and implies 13% of Muslims worldwide. According to the Directorate General of Small and Medium Industries (IKM) of the Ministry of Industry, around 20 million Indonesians wear the hijab, which shows that there are great opportunities in the hijab industry in Indonesia.

In the fashion industry, especially hijab, innovation and creativity are important factors to survive and be successful in the market. Therefore, new innovations that could make a product different from existing products on the market are needed. Currently, ghazwul fikr or war of thoughts has become a real challenge for Muslims. Ghazwul fikr enters the life of Muslims through three aspects, namely fun, food and fashion, in which women's fashion is the main target. This shows that there is a great opportunity to deal with ghazwul fikr in women through the fashion aspect. Therefore, Shaheeda is here in the form of a hijab product that tells the story of earlier Muslim women as an answer so that Muslim women in this era have the right role model and are in accordance with their identity as a Muslim.

This study aims to design a business model for Shaheeda's hijab and analyze the feasibility of Shaheeda's business financially. This study uses observation, interviews and surveys as data collection methods. The data obtained is used as a reference for conceptualizing the Shaheeda hijab business model. The results of data collection are explained through the empathy map approach and the lean model canvas. The economic feasibility of this business is based on the calculation of the NPV (Net Present Value) of IDR 818,981,254.76, IRR (Internal Rate of Return) of 43.01 percent, and PP (Payback Period) for 2 years and 9 months. The positive value of economic feasibility concludes that Shaheeda's hijab business plan is feasible to be implemented.

Keywords: Lean Model Canvas, Hijab, Business Plan, Muslim Fashion