

STRATEGI BUSINESS PLAN PADA FASHION BRAND HAQQI309

Rini Wijayaningsih¹, Aurlia Hayatunisa², Alen Dwi Setyo³, Amir Nur Hasan⁴,
Clara Nabila⁵, Rizqina Aura⁶, Widya Rahma⁷, Yudho Hari Rahmat⁸

Email: ¹ rini.wijayaningsih@dsn.ubharajaya.ac.id, ² aurlia88@gmail.com, ³ alendwi08@gmail.com, ⁴ amirnurhasan20@gmail.com, ⁵ claraangie46@gmail.com, ⁶ rizqinauraapriyanti@gmail.com, ⁷ widyarahmawwt780@gmail.com, ⁸ yudhoharijumat@gmail.com

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta
Raya

ABSTRAK

Business plan adalah menjadi hal terpenting dalam menjalani usaha tentang strategi yang harus dilakukan dalam mencapai kejayaan baik bisnis kecil, menengah dan besar. Bicara soal bisnis, bisnis tidak hanya sekedar melihat dari seberapa besar keuntungan yang kita punya, melainkan risiko juga perlu diperhatikan karena modal dari keberanian membuka bisnis adalah berani mengambil risiko. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi penerapan *business plan*, pendekatan RBV, dan analisis SWOT pada *fashion brand* Haqqi309. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi *business plan* yang dilakukan pada usaha *fashion brand* Haqqi309, telah dirancang sejak awal pendirian bisnis hingga saat ini dan diimplementasikan melalui aspek keuangan, aspek produksi dan aspek pemasaran. Adanya penerapan *business plan* pada bisnis ini sangat efektif dalam meningkatkan penjualan dan pengembangan bisnis. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat penerapan *business plan* maka akan semakin tinggi pula tingkat potensi laba yang akan diperoleh.

Kata Kunci: Business Plan, RBV, Analisis SWOT

Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, trend fashion muslim semakin bervariasi dan modern, salah satunya yaitu hijab. Dimana, hijab ini juga menjadi identitas para wanita muslimah di seluruh penjuru dunia dan tidak dipungkiri produk ini selalu diburu oleh mereka dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup.

Dari fenomena ini kita dapat membayangkan begitu banyaknya brand hijab yang bermunculan dan membuat mereka menjadi lebih selektif dalam memilih jenis hijab yang ingin digunakan karena tidak semua hijab yang ada sesuai dengan apa yang mereka inginkan seperti nyaman dari bahan yang digunakan sehari-hari (mudah dibentuk, harga ekonomis, tidak lepek dan gerah).

Hal ini juga pernah dialami oleh Aurlia Hayatunisa yang sering sekali mengalami kesulitan dalam memilih atau memilih hijab yang sesuai dengan kenyamanannya. Sudah berbulan-bulan dan bertahun-tahun beliau mencari dan

belajar memahami nama-nama dari jenis kain untuk hijab. Pada akhirnya, beliau menemukan kain yang sangat nyaman untuk digunakan sehari-hari, mulai dari kain untuk hijab segiempat dan pashmina.

Sejak meranjak ke dunia perkuliahan, banyak sekali mata kuliah atau dosen-dosen yang mendukung untuk membangun bisnis di usia muda. Dengan begitu, beliau juga memiliki keinginan untuk membagikan rasa kebahagiaannya dalam menggunakan kain hijab pilihannya kepada wanita muslimah dengan cara menjadikan ide tersebut sebagai bisnisnya yaitu sebuah *fashion brand* hijab yang bernama Haqqi309 dan sudah didirikan pada tanggal 30 April 2021.

Haqqi309 memiliki makna tersendiri yaitu 'Haqqi' berasal dari bahasa arab yang artinya 'Kebenaran' dan angka '309' berasal dari kisah cerita nyata Ashabul Kahfi pemuda sholeh penghuni Gua yang dibenci para

penduduk penyembah berhala yang tertidur selama 309 tahun lamanya, dapat diartikan bahwasannya kisah tersebut benar adanya dan tercantum didalam Al-Qur'an surah Al Kahfi. Terlepas dari kisah tersebut, kata 'kebenaran' ini diangkat untuk mengartikan bahwa kenyamanan yang kamu inginkan itu benar adanya.

Dalam berbisnis tidaklah cukup hanya berbekal keyakinan, namun diperlukan perencanaan usaha (*Business Plan*). Hal ini sangat berguna untuk mengidentifikasi kebutuhan *customer* terkait produk yang diinginkan dan menjadikan perencanaan usaha ini sebagai acuan dalam kegiatan penyediaan barang hingga penentuan harga.

1.1 Visi dan Misi

a. Visi:

Menjadi brand hijab terdepan yang menginspirasi dan memberdayakan perempuan muslim untuk tampil anggun dan percaya diri dengan gaya yang modern dan nyaman, sambil menjaga nilai-nilai keislaman dan etika bisnis yang berkelanjutan.

b. Misi:

• Inovasi dan Kualitas Produk:

Menghadirkan koleksi hijab yang inovatif dengan desain yang modern dan beragam, menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi yang nyaman dan tahan lama. Terus berinovasi dalam pengembangan produk untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan dengan mempertimbangkan tren fashion terkini tanpa mengabaikan prinsip syar'i.

• Pemberdayaan Perempuan:

Memberdayakan perempuan muslim melalui produk yang tidak hanya modis tetapi juga memberikan rasa percaya diri dan identitas diri yang kuat. Menyediakan platform dan program pelatihan untuk

meningkatkan keterampilan dan pengetahuan perempuan dalam dunia fashion dan bisnis.

• Layanan Pelanggan Unggul:

Memberikan pelayanan pelanggan yang prima dengan respons yang cepat, ramah, dan solusi yang efektif. Menyediakan pengalaman belanja yang menyenangkan dan memuaskan baik melalui toko fisik maupun platform online.

• Komitmen terhadap Keberlanjutan:

Mengimplementasikan praktik bisnis yang ramah lingkungan dan berkelanjutan,

termasuk dalam pemilihan bahan baku dan proses produksi. Mengurangi jejak karbon dan limbah dengan menggunakan teknologi dan metode produksi yang efisien dan ramah lingkungan.

- **Pemasaran dan Branding:**
Membangun citra brand yang kuat dan terpercaya melalui strategi pemasaran yang kreatif dan relevan, baik secara online maupun offline. Meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap brand Haqqi309 melalui kolaborasi dengan influencer, kampanye sosial, dan keterlibatan aktif di komunitas muslim.
- **Kepuasan dan Kesejahteraan Karyawan:**
Menciptakan lingkungan kerja yang inklusif, aman, dan mendukung pengembangan profesional dan personal karyawan. Menyediakan kompensasi dan manfaat yang adil serta program kesejahteraan untuk karyawan, sehingga mereka dapat bekerja dengan produktif dan bahagia.

Dengan visi dan misi ini, Haqqi309 berkomitmen untuk menjadi pilihan utama bagi perempuan muslim yang mencari hijab berkualitas tinggi, modis, dan sesuai dengan nilai-nilai Islami.

1.2 Spesifikasi Produk

Produk hijab dari brand Haqqi309 mengusung kualitas tinggi dan gaya yang trendi untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang mencari kombinasi antara fungsionalitas dan estetika. Setiap hijab dirancang dengan teliti menggunakan bahan berkualitas, seperti ceruty, voal dan jersey, untuk memberikan kenyamanan sepanjang hari dan tekstur yang lembut di kulit. Berikut nama/jenis produk yang kami tawarkan, diantaranya:

- a. Hijab Pashmina:
 - Pashmina Alaya Ceruty
 - Pashmina Klizare Jersey (Instan dan Non-Instan)
- b. Hijab Segiempat:
 - Segiempat Lily Voal Premium
 - Segiempat Pearl Voal
- c. Hijab Instan:
 - Bergo Sport Jersey (Ukuran S dan M)

Kami menawarkan beragam pilihan warna yang sesuai dengan preferensi dan gaya personal konsumen, mulai dari warna-warna netral yang elegan hingga motif yang cerah dan bersemangat. Selain itu, setiap produk dilengkapi dengan detail yang hati-hati, seperti jahitan yang rapi dan tahan lama, untuk memastikan kepuasan pelanggan dalam jangka panjang. Dengan komitmen terhadap kualitas dan keragaman produk, Haqqi309 hadir untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen hijab dengan penuh gaya dan percaya diri.

2. PEMBAHASAN

2.1 Pentingnya Penerapan Strategi *Business Plan*

Perencanaan bisnis (*Business plan*) adalah menjadi hal terpenting dalam menjalani usaha tentang strategi yang harus dilakukan dalam mencapai kejayaan

baik bisnis kecil, menengah dan besar. Bicara soal bisnis, bisnis tidak hanya sekedar melihat dari seberapa besar keuntungan yang kita punya, melainkan risiko juga perlu diperhatikan karena modal dari keberanian membuka bisnis adalah berani mengambil risiko (Turrahmah, 2023).

Merancang perencanaan bisnis memiliki keunggulan yang positif bagi bisnis itu sendiri seperti mudahnya mengidentifikasi bisnis untuk mendalami poin dari brand yang dimiliki, mengetahui risiko, memilih keputusan yang jelas terkait peluang pasar dan sebagai acuan dalam menjalani bisnis secara berkelanjutan (Keri & Irmayanti, 2021) (Yohana, 2015).

2.2 Segmentasi dan Penargetan

Brand hijab Haqqi309 melakukan segmentasi pasar berdasarkan berbagai faktor seperti demografi, psikografis, dan perilaku konsumen. Kami mengidentifikasi segmen pasar utama kami termasuk anak-anak, remaja dan ibu-ibu yang beragam, termasuk yang memiliki gaya hidup aktif, profesional, atau yang mendambakan gaya hijab yang trendi, mulai dari anak usia 5 tahun, remaja usia 15-24 tahun yang mencari gaya yang trendi dan dinamis hingga ibu-ibu usia 25-40 tahun yang menginginkan kombinasi antara gaya dan kenyamanan dalam berbusana. Dalam hal ini, kami memperhatikan preferensi gaya, tingkat kenyamanan, dan kebutuhan fungsional dalam memilih produk hijab kami.

Penargetan dilakukan dengan pendekatan yang terarah dan komprehensif, dengan fokus pada segmentasi pasar yang telah ditetapkan.

Kami menggunakan data dan analisis pasar untuk mengidentifikasi preferensi dan kebutuhan konsumen serta menyesuaikan strategi pemasaran dan komunikasi kami secara tepat (Yohana, 2015).

Melalui penggunaan platform digital yang relevan, kolaborasi dengan influencer hijab, dan kehadiran di acara-acara terkait fashion, kami bertujuan untuk menjangkau target pasar kami secara efektif dan memperkuat kesadaran merek di kalangan mereka. Dengan pendekatan ini, Haqqi309 berupaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen hijab dengan cara yang paling relevan dan berarti bagi mereka.

2.3 Produk Positioning:

Brand hijab Haqqi309 ditempatkan sebagai pilihan utama bagi wanita yang mengutamakan kualitas, gaya, dan kenyamanan dalam berbusana hijab. Dengan fokus pada inovasi desain, penggunaan bahan berkualitas tinggi, dan perhatian terhadap detail, Haqqi309 menawarkan koleksi hijab yang memadukan keindahan estetika dengan kepraktisan fungsionalitas. Kami memposisikan diri sebagai merek yang memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan kami dengan baik, baik itu remaja yang dinamis, wanita dewasa yang profesional, maupun yang menghargai kenyamanan dan elegansi dalam setiap penampilan mereka. Dengan kombinasi nilai-nilai ini, Haqqi309 menjadi simbol dari gaya hijab yang modern, percaya diri, dan sesuai dengan beragam gaya hidup.

2.4 Target Bisnis:

Target bisnis untuk brand hijab Haqqi309 adalah membangun kedudukan sebagai pilihan utama bagi konsumen yang mencari kombinasi antara kualitas, gaya, dan nilai. Kami bertujuan untuk menjangkau segmen

pasar yang luas, termasuk remaja dan wanita dewasa yang aktif, berjiwa muda, serta beragam latar belakang budaya dan etnis.

Dengan fokus pada inovasi desain, kualitas bahan, dan pelayanan pelanggan yang unggul, Haqqi309 berkomitmen untuk menjadi simbol kepercayaan dan keunggulan dalam industri hijab. Melalui penetrasi pasar yang lebih dalam dan ekspansi ke saluran distribusi yang tepat, kami berharap dapat memperluas cakupan geografis dan meningkatkan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan. Dengan demikian, Haqqi309 akan terus menjelma menjadi brand hijab yang dikenal dan dipercaya di seluruh dunia.

2.5 Bisnis Model Canvas

Key Partner	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segment
Supplier Kain Hijab Supplier Custom Label, Plastik, Paperbag Reseller/seller	Membeli bahan untuk proses produksi stok hijab Memastikan barang yang sudah tersedia aman (layak untuk dijual) Memberikan pelayanan yang cepat, ramah dan memuaskan kepada customer Riset dan mempertahankan kualitas	Haqqi309 hadir menawarkan beragam jenis hijab yang memiliki kenyamanan dalam menemani aktivitas kamu, sehingga kamu dapat menemukan kenyamanan dalam menggunakan hijab dengan kualitas premium dan harga yang ekonomis.	Konten menarik mengenai tutorial hijab Konten cara merawat hijab Konten cara memilih warna hijab yang cocok dengan warna kulit, dll.	Anak- anak Remaja Ibu-Ibu
	Key Resources			

	Tempat berjualan online (shopee, Instagram, WA, Tiktok) Supplier bahan baku terpercaya			
Cost Structure		Revenue Stream		
Biaya Produksi Biaya Operasional		Modal awal pribadi Pendapatan penjualan		

Tabel 2.5 Bisnis Model Canvas

2.6 Menentukan Harga Jual Produk:

Keterangan	Kuantitas (Jumlah)	Harga/Pcs	Total
Bahan Produksi:			
Kain Hijab Pashmina Ceruty	12	Rp 18,000.00	Rp 216,000.00
Kain Hijab Segiempat Voal Basic	12	Rp 15,000.00	Rp 180,000.00
Kain Hijab Segiempat Voal Premium	12	Rp 18,000.00	Rp 216,000.00
Kain Hijab Pashmina Jersey (non instan)	12	Rp 19,000.00	Rp 228,000.00
Kain Hijab Pashmina Jersey (instan)	12	Rp 18,000.00	Rp 216,000.00
Kain Hijab Bergo Sport Jersey (uk. S)	12	Rp 9,000.00	Rp 108,000.00
Kain Hijab Bergo Sport Jersey (uk. M)	12	Rp 14,000.00	Rp 168,000.00
Bahan Pelengkap:			
Label Brand + Benang	60	Rp 1,000.00	Rp 60,000.00
Plastik Ziplock	50	Rp 600.00	Rp 30,000.00
Paper Bag Custom	50	Rp 1,020.00	Rp 51,000.00
Hangtag + tali	200	Rp 268.00	Rp 53,600.00
Freebies (Jarum/Scrunchie)	20	Rp 1,200.00	Rp 24,000.00
Total biaya bahan pelengkap		Rp 4,088.00	
TOTAL			Rp 1,550,600.00

Total produksi hijab per bulan (belum termasuk produk PO)	72 pcs
--	---------------

Keterangan	HPP	Harga Jual	Keuntungan
Hijab Pashmina Ceruty	Rp 22,088.00	Rp 35,000.00	Rp 12,912.00
Hijab Segiempat Voal Basic	Rp 19,088.00	Rp 25,000.00	Rp 5,912.00
Hijab Segiempat Voal Premium	Rp 22,088.00	Rp 35,000.00	Rp 12,912.00
Hijab Pashmina Jersey (non instan)	Rp 23,088.00	Rp 39,000.00	Rp 15,912.00

Hijab Pashmina Jersey (instan)	Rp 22,088.00	Rp 35,000.00	Rp 12,912.00
Hijab Bergo Sport Jersey (uk. S)	Rp 13,088.00	Rp 19,000.00	Rp 5,912.00
Hijab Bergo Sport Jersey (uk. M)	Rp 18,088.00	Rp 28,000.00	Rp 9,912.00

Tabel 2.6 Harga Jual Produk

3. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan RBV Pada Brand Haqqi309

Dalam konteks bisnis, pendekatan *Resource-Based View (RBV)* merupakan konsep bisnis dalam mempertimbangkan sumber daya dan kemampuan internal yang memberikan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan (Masyitoh, Azhad, & Jekti, 2009). Berikut adalah penerapan *RBV* dalam usaha penjualan hijab secara singkat:

1. Sumber Daya Fisik: Perusahaan memiliki stok hijab yang beragam dan berkualitas tinggi, termasuk variasi warna, desain, dan bahan yang sesuai dengan tren dan kebutuhan pelanggan.
2. Sumber Daya Manusia: Tim penjualan yang terampil dan berpengetahuan tentang hijab, tren fashion, dan kualitas produk dapat memberikan pengalaman pelanggan yang baik. Karyawan yang berkompeten juga dapat membantu dalam memberikan saran gaya dan pemilihan hijab yang cocok.
3. Sumber Daya Teknologi: Pemanfaatan teknologi seperti *platform e-commerce*, *website* dan aplikasi *mobile* dapat mempermudah pelanggan dalam mencari dan membeli hijab secara online. Teknologi juga dapat digunakan untuk mengelola inventaris, mengelola pelanggan, dan meningkatkan efisiensi operasional.
4. Sumber Daya Merek: Membangun merek yang kuat dan diakui dalam industri hijab dapat membantu perusahaan membedakan diri dari pesaing. Perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk memperkuat citra merek dan menarik pelanggan yang setia.
5. Sumber Daya Pelanggan: Mempertahankan hubungan yang kuat dengan pelanggan dan memahami kebutuhan serta preferensi mereka dapat membantu perusahaan dalam menghasilkan penawaran hijab yang relevan dan menarik bagi target pasar.

Melalui pengelolaan sumber daya yang tepat, seperti stok hijab yang berkualitas, tim penjualan yang kompeten, pemanfaatan teknologi, dan pengembangan merek yang kuat, usaha penjualan hijab dapat menciptakan keunggulan kompetitif. Dalam industri yang kompetitif, *RBV* membantu perusahaan untuk fokus pada aset yang langka dan sulit ditiru, sehingga memungkinkan mereka untuk membedakan diri dan bertahan dalam jangka panjang.

3.2 Penerapan Analisis SWOT Pada Brand Haqqi309 Dengan Kompetitor

Analisis SWOT adalah mengidentifikasi beragam faktor secara sistematis guna menyusun strategi perusahaan. Metode perencanaan strategis ini digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam sebuah proyek atau spekulasi bisnis (Mashuri & Nurjannah, 2020). Berikut penerapan analisis SWOT pada brand Haqqi309 dengan kompetitornya yaitu Y*G, diantaranya:

Brand Haqqi309:

1. Keunggulan:

- a. Harga produk yang lebih terjangkau untuk semua kalangan, khususnya pelajar
 - b. Fokus pada pemasaran dengan melalui media sosial, promo (discount) atau iklan di Shopee
2. Kelemahan:
- a. Kurangnya kehadiran toko fisik yang membatasi jangkauan konsumen secara langsung.
 - b. Variasi warna produk hijab yang masih terbatas
 - c. Hanya tersedia di e-commerce (Shopee)
3. Peluang:
- a. Peningkatan kesadaran masyarakat tentang fashion muslim yang dapat meningkatkan permintaan produk hijab.
 - b. Kerja sama dengan desainer terkenal untuk menciptakan koleksi eksklusif dan menarik perhatian konsumen.
 - c. Memperluas jaringan toko fisik ke daerah-daerah yang belum terjangkau oleh pesaing.
4. Ancaman:
- a. Persaingan dengan pesaing lain yang memiliki keunggulan harga dan kualitas produk yang lebih baik.
 - b. Perubahan tren yang dapat mempengaruhi selera konsumen dan mempengaruhi permintaan produk hijab.

Brand Y*G:

1. Keunggulan:
 - a. Ketersediaan produk yang beragam dan terus diperbarui sesuai dengan tren terkini.
 - b. Koneksi yang kuat dengan influencer dan komunitas hijab yang besar.
 - c. Mempunyai pemasaran yang sama pada e-commerce Shopee
2. Kelemahan:
 - a. Kurangnya kehadiran fisik toko yang dapat membatasi jangkauan konsumen secara langsung.
 - b. Harga produk cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan Haqqi309
 - c. Kurangnya upaya pemasaran yang agresif dibandingkan dengan kompetitor.
3. Peluang:
 - a. Pertumbuhan pasar fashion muslim yang terus meningkat.
 - b. Permintaan global yang tinggi terhadap produk hijab.
 - c. Potensi kerja sama dengan desainer lokal untuk menciptakan koleksi eksklusif.
4. Ancaman:
 - a. Persaingan yang ketat dengan pesaing lain yang memiliki basis konsumen yang kuat.
 - b. Perubahan tren dan selera konsumen yang cepat dapat mengganggu keberlanjutan bisnis.
 - c. Potensi penurunan daya beli konsumen akibat faktor ekonomi yang tidak stabil.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Strategi Modal untuk Brand Haqqi309 yang Efektif:

Untuk mengembangkan strategi modal bagi brand hijab Haqqi309, penting untuk mempertimbangkan beberapa faktor kunci. Pertama, adalah identifikasi pasar target dengan cermat, termasuk pemahaman yang mendalam tentang preferensi dan kebutuhan konsumen. Hal ini dapat dilakukan melalui riset pasar yang menyeluruh dan analisis kompetitor. Selanjutnya, perlu fokus pada diferensiasi brand, baik dari segi desain, kualitas produk, maupun nilai tambah yang ditawarkan kepada pelanggan. Investasi dalam pemasaran digital dan branding juga penting untuk meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek. Selain itu, strategi modal harus mencakup pengelolaan keuangan yang bijaksana, termasuk alokasi anggaran yang tepat untuk produksi, pemasaran, dan

pengembangan produk. Dengan pendekatan yang komprehensif dan terarah, brand hijab Haqqi309 dapat memperkuat posisinya di pasar dan meningkatkan pertumbuhan bisnisnya secara berkelanjutan.

4.2 Strategi Pemasaran untuk Brand Haqqi309 yang Efektif:

Strategi pemasaran untuk brand hijab Haqqi309 harus menggabungkan pendekatan yang holistik dan terfokus. Langkah pertama adalah memperkuat visibilitas merek melalui platform digital yang relevan dengan audiens target, seperti media sosial, website dan platform e-commerce. Konten yang menarik dan berharga, termasuk tutorial hijab, inspirasi gaya, dan konten yang mendukung nilai-nilai merek, harus menjadi fokus utama. Selain itu, kolaborasi dengan influencer atau tokoh terkemuka dalam industri hijab dapat membantu memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran merek. Di samping itu, penggunaan strategi pemasaran yang berbasis data untuk memahami perilaku konsumen dan mengukur kinerja kampanye akan menjadi kunci keberhasilan. Dengan mengadopsi pendekatan yang komprehensif dan adaptif, brand hijab Haqqi309 dapat memperkuat kedudukannya di pasar dan memperluas pangsa pasar dengan efektif.

5. KESIMPULAN

Haqqi309 adalah brand fashion muslim yang berfokus pada wanita muslimah. Produk utamanya adalah hijab, Strategi pemasaran mencakup media sosial, bazaar, dan e-commerce. Dengan strategi yang kuat, Haqqi309 siap menjadi pemain dalam industri fashion muslim di Indonesia.

6. SARAN

Berikut adalah beberapa saran untuk mengembangkan brand fashion Haqqi309 berdasarkan rencana bisnis:

- 1) Perluas Jangkauan Pemasaran Digital: Manfaatkan lebih banyak platform media sosial dan e-commerce untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk.
- 2) Kolaborasi dengan Influencer: Jalin kerjasama dengan influencer muslimah yang memiliki pengaruh besar untuk memperluas audiens dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.
- 3) Diversifikasi Produk: Tambahkan variasi produk yang lebih banyak untuk memenuhi berbagai selera dan kebutuhan konsumen, seperti pakaian anak-anak atau pria muslim.

- 4) Fokus pada Kualitas dan Kepatuhan Syar'i: Pastikan semua produk memenuhi standar kualitas tinggi dan tetap syar'i untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.
- 5) Tingkatkan Pengalaman Pelanggan: Sediakan layanan pelanggan yang responsif dan ramah, serta program loyalitas untuk meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan.
- 6) Promosi Berkelanjutan: Lakukan promosi secara konsisten, termasuk diskon, giveaway, dan kampanye media sosial untuk menarik perhatian dan mempertahankan minat konsumen.
- 7) Analisis Pasar Rutin: Lakukan analisis pasar secara berkala untuk memahami tren fashion terbaru dan kebutuhan konsumen, sehingga dapat menyesuaikan produk dan strategi pemasaran.
- 8) Pengembangan Berkelanjutan: Investasikan dalam penelitian dan pengembangan untuk terus meningkatkan desain dan kualitas produk serta memperkenalkan inovasi baru yang menarik

DAFTAR PUSTAKA

- Keri, I., & Irmayanti. (2021). STRATEGI PENERAPAN BUSINESS PLAN DALAM . *Jurnal Akunsiyah: Jurnal Akuntansi & Keuangan Syariah*, 1(2), 65 - 80.
- Mashuri, & Nurjannah, D. (2020). ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING . *Jurnal Perbankan Syariah*.
- Masyitoh, S., Azhad, N. M., & Jekti, R. (2009). PENERAPAN KONSEP RESOURCES-BASED VIEW (RBV) DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN KEUNGGULAN BERSAING PERUSAHAAN.
- Mukti, F. N., Jein, K., & Andini, F. D. (2023). *BUSINESS PLAN PROPOSAL VEGETABLE CHIPS "APABAE"*. Bekasi.
- Nafiah, S. (2018). *BUSINESS PLAN "CAKE PELANGI DADAR GULUNG"*. Jakarta.
- Turrahmah, H. (2023). Perencanaan Usaha (Business Plan). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*.
- Yohana, C. (2015). PELATIHAN MENYUSUN RENCANA USAHA (BUSINESS PLAN) BAGI PENGUSAHA KECIL DI DESA BANTAR WARU.