

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunitie, and Threats* pada Pengembangan Usaha Hijab di Toko Nymaz Hijab Kediri”, ini ditulis oleh Tri Wahyuningsih, NIM. 126402213217, dengan pembimbing Kharisma Novita Sari, M.E.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Usaha, Usaha Hijab, Analisis SWOT

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pesatnya perkembangan industri *fashion* hijab di Indonesia, yang ditandai dengan meningkatnya penggunaan hijab dari berbagai usia dan bertambahnya produk hijab di pasaran. Kondisi ini menciptakan peluang pasar besar, terutama dengan pertumbuhan kelas menengah muslim sebagai konsumen potensial. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu melakukan analisis SWOT untuk merumuskan strategi efektif dalam mengembangkan usaha dan mempertahankan daya saing di pasar. Fokus penelitian yaitu: (1) Bagaimana strategi pengembangan usaha hijab (studi kasus di toko Nymaz Hijab Kediri)?. (2) Bagaimana strategi pengembangan usaha hijab dengan metode analisis SWOT (studi kasus di toko Nymaz Hijab Kediri)?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah kondensasi data, menyajikan data, menarik kesimpulan, serta analisis SWOT. Teknik yang digunakan untuk memeriksa keabsahan temuan yaitu menggunakan teknik triangulasi.

Hasil analisis dan temuan penelitian ini yaitu: (1) Nymaz Hijab di Kediri sukses mengembangkan usahanya melalui strategi pemasaran digital yang efektif, inovasi produk yang mengikuti tren *fashion* muslim anak muda, serta pelayanan ramah baik secara online maupun offline. Analisis SWOT menunjukkan posisi perusahaan di kuadran 1 dengan kekuatan internal dan peluang eksternal tinggi, menandakan kondisi yang sangat mendukung untuk pertumbuhan agresif. Kombinasi strategi digital, inovasi berkelanjutan, dan pelayanan prima terbukti meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi Nymaz Hijab di pasar. (2) Strategi pengembangan usaha Toko Nymaz Hijab Kediri berdasarkan analisis SWOT menekankan pemanfaatan kekuatan internal seperti produk variatif dan pelayanan baik untuk menangkap peluang di pasar *fashion* hijab yang terus tumbuh. Toko ini mengadopsi kombinasi empat strategi utama (SO, ST, WO, WT) untuk mengoptimalkan peluang, mengatasi ancaman, dan memperbaiki kelemahan melalui inovasi produk, digitalisasi, serta peningkatan pemasaran. Berada pada posisi yang menguntungkan di kuadran I matriks SWOT, Nymaz Hijab fokus pada strategi agresif untuk memperkuat daya saing dan memperluas pangsa pasar di Kediri.

ABSTRACT

Thesis entitled “An Analysis of Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) in the Business Development of Nymaz Hijab Store in Kediri”, written by Tri Wahyuningsih, NIM. 126402213217, supervised by Kharisma Novita Sari, M.E.

Keywords: Business Development Strategy, Hijab Business, SWOT Analysis

This research is motivated by the rapid growth of the hijab fashion industry in Indonesia, marked by the increasing number of hijab users across all age groups and the expanding variety of hijab products available in the market. This development presents a significant market opportunity, particularly due to the rise of the Muslim middle class as a potential consumer segment. Therefore, business actors need to conduct a SWOT analysis to formulate effective strategies for business development and to maintain competitiveness in the market. The focus of this study is: (1) What are the business development strategies for hijab enterprises? (Case Study at Nymaz Hijab Store Kediri); and (2) How can SWOT analysis be used to develop business strategies for hijab enterprises? (Case Study at Nymaz Hijab Store Kediri).

This study employs a qualitative approach with a case study research design. Data collection techniques include interviews, observation, and documentation. Data analysis techniques used are data condensation, data presentation, conclusion drawing, and SWOT analysis. To ensure the validity of the findings, triangulation techniques are applied.

The findings of this study are as follows: (1) Nymaz Hijab in Kediri has successfully developed its business through effective digital marketing strategies, product innovation aligned with youth Muslim fashion trends, and excellent customer service both online and offline. The SWOT analysis places the company in quadrant I, indicating strong internal capabilities and significant external opportunities, which is highly favorable for aggressive growth. The combination of digital strategy, continuous innovation, and excellent service has proven to increase sales and strengthen Nymaz Hijab’s market position. (2) The business development strategy of Nymaz Hijab Store Kediri based on SWOT analysis emphasizes leveraging internal strengths such as product variety and good service to capture opportunities in the growing hijab fashion market. The store adopts a combination of four main strategies (SO, ST, WO, WT) to optimize opportunities, address threats, and improve weaknesses through product innovation, digitalization, and enhanced marketing efforts. Positioned advantageously in quadrant I of the SWOT matrix, Nymaz Hijab focuses on aggressive strategies to enhance competitiveness and expand its market share in Kediri.