

ABSTRAK

Permintaan akan produk *fashion* yaitu khususnya hijab, terus mengalami peningkatan di Indonesia. Berbisnis hijab menjadi pilihan strategis karena memiliki peluang pasar yang besar dan terus berkembang. Indonesia, sebagai negara dengan populasi muslim terbesar, menciptakan permintaan yang tinggi terhadap hijab sebagai bagian dari kewajiban agama sekaligus *fashion* sehari-hari. Selain itu, tren global *modest fashion* juga semakin populer, terutama di kalangan generasi muda seperti Gen Z dan milenial, yang mencari hijab *modern* namun tetap memenuhi syariat. Laia Scarf, sebagai salah satu produk hijab di Indonesia, berupaya memanfaatkan peluang tersebut dengan merumuskan strategi yang efektif, terutama untuk pengembangan produk hijab unggulan mereka.

Laia Scarf sebuah *brand fashion* yaitu hijab *modern* yang berfokus pada konsep minimalis, dengan tujuan memberikan solusi bagi para perempuan baik yang telah berhijab maupun yang ingin mencoba berhijab. Tren gaya hidup saat ini menunjukkan bahwa banyak perempuan menginginkan hijab yang tidak hanya memenuhi tuntutan syariat, tetapi juga mudah digunakan, nyaman, dan tetap terlihat modis. Seiring dengan berjalannya waktu, hijab kini berkembang menjadi produk *fast-moving consumer goods* dengan sifat industri yang mudah dimasuki oleh pembisnis baru. Hijab bukan hanya sekadar penutup kepala tetapi juga menjadi sarana ekspresi diri dan identitas, memberikan rasa percaya diri bagi penggunanya. Bisnis ini terus berkembang seiring perubahan preferensi konsumen dan perkembangan industri *fashion* muslim.

Laia Scarf ingin memanfaatkan peluang ini untuk meminimalkan ancaman dari pesaing dengan memperluas *branding* dan memperkuat visi, misi, serta tujuan, terutama setelah melakukan *rebranding* pada tahun 2024. Laia Scarf menyediakan dua *platform* utama, yaitu Instagram dan *website*, yang memungkinkan pengguna individu dan pemilik bisnis untuk memasarkan produk kami dengan lebih mudah. Rencana bisnis yang diperbarui ini diharapkan dapat membantu Laia Scarf untuk membuat strategi yang layak untuk mereka gunakan guna mencapai tujuan dan targetnya. Rencana bisnis ini bertujuan untuk menggambarkan proses bisnis dan strategi tujuan bisnis untuk kedepannya, namun secara khusus untuk membantu mencapai target dalam jangka waktu kurang lebih setahun untuk mengembangkan bisnis dan meluncurkan produk baru. Pada riset rencana bisnis ini dilakukan melalui

analisis perusahaan, analisis pasar yang mencakup analisis eksternal, internal, dan kompetitif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Hasil analisis menunjukkan bahwa Laia Scarf memiliki posisi yang kuat dalam hal kualitas produk, nilai, dan *branding*. Namun, masih terdapat kekurangan dalam hal diversifikasi produk, kesadaran merek, dan pangsa pasar karena keterbatasan dana.

Kata Kunci: Pengembangan Bisnis, Strategi Bisnis, *Branding*, *Market Analysis*, Hijab