

LAMPIRAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SILIWANGI
FAKULTAS AGAMA ISLAM
Jalan Siliwangi No.24 Kota Tasikmalaya Kode Pos 46115 Kotak Pos 164
Telepon (0265) 330634 Faksimile (0265) 325812 e-mail :
Laman :

SURAT KEPUTUSAN

Nomor : 1592.SK/E.1/FAI-US/2021

TENTANG

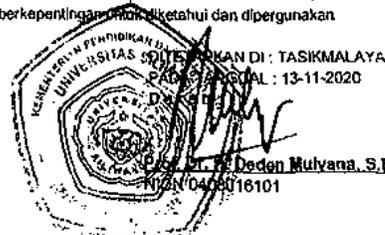
PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS SILIWANGI TASIKMALAYA

DEKAN FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS SILIWANGI

- Menimbang : 1. Bahwa untuk kelancaran dalam penyusunan dan penulisan SKRIPSI/TUGAS AKHIR oleh mahasiswa perlu dibentuk/diangkat TIM Pembimbing bagi mahasiswa yang bersangkutan
- Mengingat : 2. Bahwa berhubung butir 1 di atas perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan
1. Undang-Undang Republik Indonesia :
a. Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
b. Nomor 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen
c. Nomor 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi
2. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia :
a. Nomor 19 tahun 2005 tentang Standar Nasional
b. Nomor 66 tahun 2010 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 17 tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan.
3. Surat Keputusan Rektor Unsil Nomor 938.SK/US-SU/SP.2/III/2012 tentang Penetapan Besarnya Biaya Tugas Akhir atau Kerja Praktek Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi
4. Buku Pedoman Akademik Universitas Siliwangi.
5. Surat Keputusan Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi Nomor 911/E.1/FAI-US/III/2011 tanggal 3 Maret 2011 tentang Pedoman Penulisan Tugas Akhir.
6. Surat Keputusan Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi Nomor 914/E.1/FAI-US/III/2011 tanggal 3 Maret 2011 15 Maret 2012 tentang Pembentukan Tim Pembimbing Tugas Akhir.
- Memperhatikan : Surat Permohonan mahasiswa dan rekomendasi Ketua Program Studi Ekonomi Syariah tentang Permohonan Bimbingan Skripsi/Tugas Akhir.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : 1. Menunjuk/mengangkat nama tersebut di bawah ini :
- Pembimbing I : NIP/NIDN. 0405097703, Hj.Heni Sukmawati S.Ag., M.Pd.
Pembimbing II : NIP/NIDN. 19930602201932021, Ciny Shonla Az Zahra S.E., M.E
dalam penyusunan dan penulisan Skripsi/Tugas Akhir untuk mahasiswa tersebut dibawah ini :
- N a m a : GINA GONIA TU PAHA'U
NPM/NRP : 171002009
- Judul Skripsi/Tugas Akhir**
ANALISIS SIKLUS DAUR HIDUP PRODUK KHIMAR ZEEDEE HJAB TASIKMALAYA
2. Pelaksanaan bimbingan penyusunan Kerja Praktek dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Agama Islam Universitas Siliwangi.
3. Kepada anggota Tim pembimbing yang bersangkutan diberikan honorarium sebagaimana ketentuan yang berlaku di Universitas Siliwangi.
4. Dalam menjalankan tugasnya Tim Pembimbing bertanggung jawab kepada Dekan, ketentuan yang berlaku di Universitas Siliwangi.
5. Mahasiswa yang diperkenankan untuk melaksanakan Tugas Akhir adalah mahasiswa Agama Islam yang telah memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan.
6. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal 13 November 2020 s.d 13 November 2021
7. Surat Keputusan ini dapat diperpanjang paling lama untuk jangka waktu 4 bulan yang pelaksanaan di atur oleh Dekan.
8. Hal-hal lain yang belum diatur dalam keputusan ini akan diadakan perubahan dan pembetulan sebagaimana mestinya.
9. Apabila terdapat kekeliruan atau kesalahan dalam Surat Keputusan ini akan diadakan perbaikan
- PETIKAN : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang berkeperluan untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN BUDAYAAN
UNIVERSITAS SILIWANGI
FAKULTAS AGAMA ISLAM
Jalan Siliwangi No.24 Kota Tasikmalaya Kode Pos 46115 Kotak Pos 444
Telepon (0265) 330634 Faksimile (0265) 325812 e-mail :
Laman :

REVISI LAPORAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nama : GINA GONATU RAHAYU
NPM : 1002009
Jurusan : EKONOMI SYARIAH

JUDUL SKRIPSI/TUGAS AKHIR :

ANALISIS SIKLUS DAUR HIDUP PRODUK KHIMAR ZEEDEE HIJAB TASIKMALAYA

REVISI JUDUL : YA / TIDAK.

NO	PENGUJI	KETERANGAN REVISI	TANDA TANGAN
1.	HJ.HENI SUKMAWATI, S.AG., M.PD.	08/05 2021	
2.	QINY SHONIA AZ ZAHRA, S.E., M.E	21/5/2021	
3.	DR. YUSEF RAFIKI, S.AG., M.M.	27/05 2021	
4.	AGUS AHMAD NASRULLOH, S.E.I., M.E.SY.	24/5/2021 Acc. R. W. S.	

Tasikmalaya, 28 April 2021

Ketua Sidang,

Hj. Heni Sukmawati, S.Ag., M.Pd.

NIDN. 0405097703

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wida Darell Islam

Jabatan : Pemilik

Perusahaan : Zeedee Hijab

Alamat : Jl. Cipanas Galunggung, Gunungsari, Sukaratu, Kab. Tasikmalaya

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Gina Goniatu Rahayu

NPM : 171002009

Fak. / Jur. : Agama Islam/ Ekonomi Syariah

Universitas: Siliwangi

Bahwa mahasiswa tersebut benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsinya yang berjudul “Analisis Siklus Daur Hidup Produk Khimar Zeedee Hijab Tasikmalaya” sejak tanggal 18 Maret 2021 sampai dengan tanggal 22 Maret 2021, dan telah membahas materi hasil penelitiannya dengan kami.

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Tasikmalaya, 22 April 2021

Zeedee Hijab



Wida Darell Islam

HASIL WAWANCARA

Karakteristik responden:

Nama : Wida Darell Islam
Jenis kelamin : Perempuan
Umur : 27 tahun
Jabatan/pekerjaan : Pemilik Zeedee Hijab
Tanggal wawancara : 18 Maret 2021

PROFIL ZEEDEE HIJAB

1. Bagaimana sejarah berdirinya Zeedee Hijab?

Jawab: Zeedee Hijab berawal dari pemilik Zeedee Hijab sendiri yang mulai belajar hijrah. Ketika beliau hijrah, beliau sulit mendapatkan hijab syari yang sesuai dengan keinginannya sehingga berinisiatif untuk membuat hijab sendiri. Kemudian beliau berpikir bahwa ada peluang untuk menjadikan hijab ini sebagai bisnis. Beliau dibantu oleh temannya yang sudah terjun dalam dunia bisnis hijab. Setelah itu pada tanggal 1 Maret beliau mulai belanja kain dan membuat beberapa sampel dengan ngemaklun kepada temannya untuk dipakai oleh dirinya sendiri dan untuk kebutuhan *photoshoot*. Setelah selesai *photoshoot* beliau mulai memasarkannya di instagram milik pribadi dan menawarkan juga kepada orang-orang terdekatnya. Di samping itu juga beliau menawarkan ke toko Ratu Paksi yang sekarang namanya berubah menjadi Manaku. Pada bulan April beliau mendapatkan banyak orderan dari Ratu Paksi dan perkembangan bisnis Zeedee Hijab semakin meluas dan dikenal oleh masyarakat. Maka pemilik Zeedee Hijab berinisiatif untuk bekerja sama dengan toko yang lainnya. Sampai saat ini yang masih menjadi mitra yaitu Hijab Story.

2. Apa Visi dan Misi Zeedee Hijab?

Jawab:

Visi:

- a. Menjadi brand *fashion* muslim yang bermanfaat bagi masyarakat luas.
- b. Menyediakan produk *fashion* muslim dengan desain yang simple dan sesuai dengan syariat Islam.

Misi:

- c. Menawarkan produk *fashion* muslim dengan kualitas terbaik dan harga terjangkau.
 - d. Memberikan kesempatan yang seluas-luasnya untuk dapat bermitra bersama (reseller, agen, distributor atau pun karyawan produksi).
 - e. Selalu berinovasi untuk memberikan produk dengan desain terbaik sesuai syariat Islam.
3. Bagaimana perkembangan produk Zeedee Hijab?

Jawab:

2017: Khimar Alis, Khimar Thalia, Khimar Khanza, Khimar Midi Renda, Khimar Alis Renda, Khimar Phastan, Khimar Aline, Khimar Alis Layer, Khimar Almeera, Khimar Square Instan, Khimar Shofa, Khimar Azalea, Khimar Sharfy, Khimar Marwah, Pashmina dan Segi Empat.

2018: Khimar Mawza, Khimar Rubby, Khimar Shaki, Khimar Sharfy Square, Khimar Zahwa, dan Khimar Tyara.

2019: Khimar Kalya, Khimar Nafeesa dan Khimar Ivy.

2020: Khimar Bergo Alis, Khimar Bergo Zeedee dan Khimar Numa.

4. Sistem penjualan di Zeedee Hijab bagaimana ?

Jawab: Zeedee Hijab menggunakan sistem penjualan langsung dan tidak langsung.

- a. Penjualan langsung dilakukan melalui media online yaitu melalui whatsapp dan instagram. Dan untuk penjualan langsung ditujukan untuk member dan konsumen biasa. Untuk ketentuan member yaitu pembelian produk minimal satu kali dan diberikan diskon untuk anggota member Zeedee Hijab.

b. Penjualan tidak langsung dilakukan melalui mitra Zeedee Hijab yang terdiri dari reseller, agen, distributor dan toko mitra. Untuk reseller ketentuannya minimal pembelian sebesar lima ratus ribu rupiah dan ada penjualan perbulan tetapi tidak ditarget. Awalnya untuk reseller ditarget dalam perbulannya itu ada penjualan minimal satu juta rupiah namun ada yang mencapainya dan ada yang tidak. Maka pemilik Zeedee Hijab tidak ingin memberatkan kepada pihak reseller sehingga Zeedee Hijab tidak mentarget nominal pembeliannya. Untuk agen ketentuannya minimal pembelian tiga juta rupiah, dan juga mendapat fasilitas media promosi misalnya diberi *banner* agen Zeedee Hijab. Dan untuk toko mitra sekarang tersedia di Hijab Story. Untuk distributor, Zeedee Hijab tidak pernah mengiklankan open distributor.

5. Dimana alamat produksi Zeedee Hijab?

Jawab: Untuk tahap produksi alamatnya di Kampung Cihideng, Desa Gunung Sari, Kecamatan Sukaratu. Dan untuk tahap akhirnya di gudang Zeedee Hijab (kantor Zeedee Hijab).

6. Dimana kantor Zeedee Hijab?

Jawab: Jl. Cipanas Galunggung, Desa Gunungsari, Kecamatan Sukaratu.

7. Apakah Zeedee Hijab menggunakan *website*? Jika iya, apa namanya?

Jawab: Zeedee Hijab tidak menggunakan *website*.

8. Nama instagram Zeedee Hijab?

Jawab: @zeedeehijab.

9. Apakah Zeedee Hijab menggunakan *e-commerce* ? Jika iya, apa namanya?

Jawab: Zeedee Hijab tidak punya akun *e-commerce*.

PEDOMAN WAWANCARA

SIKLUS DAUR HIDUP PRODUK KHIMAR ZEEDEE HIJAB

1. Apa yang dilakukan Zeedee Hijab untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat (konsumen)?

Jawab: Ketika akan *launching* produk, langkah awal yang dilakukan oleh Zeedee Hijab yaitu memberitahu dan *menshare* produk baru ke whatsApp grup reseller, agen dan member. Kemudian setelah itu upload produk melalui instagram (*feed* dan *story*) dan juga di *story* whatsApp.

2. Untuk memperkenalkan produk, Zeedee Hijab melakukan publikasi lewat apa saja?

Jawab: Untuk publikasinya hanya menggunakan whatsApp dan instagram, karena nanti dari pihak reseller dan agen juga akan memposting produk baru Zeedee Hijab.

3. Rata-rata membutuhkan waktu berapa lama masa pengenalan dari setiap produk?

Jawab: Untuk tahap pengenalan produk Zeedee Hijab rata-rata membutuhkan waktu sekitar satu sampai dua minggu. Ketika produk *launching*, Zeedee Hijab selalu menerapkan harga promo spesial *launching* sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk Zeedee Hijab.

4. Bagaimana caranya supaya siklus daur hidup dari setiap produk itu cepat?

Jawab: Dengan cara tetap mempublikasikan produk melalui media whatsApp dan instagram *story* setiap hari sehingga orang-orang akan merasa tertarik untuk membeli produk Zeedee Hijab.

Pemilik Zeedee Hijab pernah memakai Ig Ads dan juga Fb Ads, sebenarnya optimal namun karena berbayar jadi perhitungannya harus matang. Oleh karena itu pihak Zeedee Hijab memanfaatkan publikasi regular yaitu dengan cara *menshare* produk melalui *story* whatsApp dan instagram *story*.

Selain terus melakukan publikasi, pemilik Zeedee Hijab juga mengadakan diskon untuk produk-produk tertentu supaya produk cepat laku. Untuk reseller dan agen diskon maksimal 40% dan untuk member diskon maksimalnya 20%.

5. Apakah Zeedee Hijab *launching* produk setiap bulan?

Jawab: Tidak, biasanya dalam satu tahun melakukan *launching* hanya 3-6 kali. Karena rata-rata produk mengalami siklus daur hidup produk yang panjang jadi dari satu produk ke produk lain lumayan lama masa penjualannya.

6. Apa saja upaya yang dilakukan Zeedee Hijab untuk mempertahankan produk supaya tetap ada di pasaran?

Jawab:

- a. Desain produk : membuat produk yang simple, sesuai syariat dan bisa diterima oleh banyak orang.
- b. Gencar publikasi.

7. Berapa lama produk tersebut bertahan?

Jawab: Produk tersebut sudah bertahan kurang lebih 4 tahun, dari mulai Zeedee Hijab ada (Khimar Alis).

8. Apakah ada produk yang mengalami penurunan?

Jawab: Ada beberapa produk yang mengalami penurunan, disebabkan karena produknya mengikuti perkembangan zaman.

9. Apa yang dilakukan Zeedee Hijab supaya produk tetap bisa bertahan di produksi?

Jawab: Dengan tetap memfokuskan pada desain produk Zeedee. Karena kebanyakan konsumen menyukai produk yang simpel maka pemilik Zeedee Hijab fokus pada desain yang simpel.

10. Apakah ada produk khimar yang tidak diproduksi lagi?

Jawab: Ada, produk Khimar Aline, Khimar Tyara dan Khimar Shaki.

11. Mengapa produk tersebut tidak diproduksi lagi? Apa penyebabnya?

Jawab:

- a. Produknya mengikuti perkembangan zaman.
- b. Modelnya tidak simpel (model kerudungnya bergelombang) jadi ada target market khusus untuk orang-orang yang menyukai penampilan yang tidak simpel.

12. Produk apa saja yang mengalami siklus daur hidup yang panjang/lama?

Jawab: Khimar Alis.

13. Produk apa saja yang mengalami siklus daur hidup yang pendek/sebentar?

Jawab: Khimar Aline, Khimar Tyara dan Khimar Shaki. Produk bertahan sekitar 4 bulan.

HASIL WAWANCARA

Karakteristik responden:

Nama : Wida Darell Islam
Jenis kelamin : Perempuan
Umur : 27 tahun
Jabatan/pekerjaan : Pemilik Zeedee Hijab
Tanggal wawancara : 10 April 2021

SIKLUS DAUR HIDUP PRODUK

1. Mengapa Zeedee Hijab tidak menggunakan *website* dan *e-commerce*?

Jawab: Untuk saat ini Zeedee Hijab memaksimalkan penggunaan sosial media yaitu instagram dan whatsapp. Dan dikarenakan juga sumber daya manusia (SDM) yang terbatas untuk mengelolanya jadi tidak menggunakan *website* dan *e-commerce*.

2. Mengapa Khimar Alis mengalami siklus daur hidup produk yang panjang?

Jawab: (1) Desain yang syari dan sederhana, dan desain tersebut menjadi kebutuhan yang mendasar bagi wanita muslimah yaitu dada tertutup, bentuk leher dan bentuk bahu juga tertutup, (2) harga terjangkau untuk artikel hijab yang syari, dan (3) pemilihan warna untuk artikel tersebut yaitu memilih warna-warna netral dan pastel supaya bisa dipakai dan dipadukan dengan warna lain.

3. Apa yang dilakukan oleh Zeedee Hijab dalam mengantisipasi penumpukan produk?

Jawab: Dengan mengadakan diskon dengan potongan %, *buy 1 get 1*, beli 5 gratis 1, pembelian set dengan harga miring (hijab dan gamis).

4. Apa strategi yang dilakukan oleh Zeedee Hijab pada tahap pertumbuhan?

Jawab: Dengan meningkatkan ketersediaan produk dan menambah varian warna produk.

5. Apa strategi yang dilakukan oleh Zeedee Hijab pada tahap kedewasaan?

Jawab: Dengan menambah variasi warna pada artikel tertentu dan melakukan foto ulang produk.

6. Bagaimana penentuan harga pada tahap pengenalan?

Jawab: Dengan menawarkan harga spesial *launching* pada produk baru.

7. Bagaimana cara yang dilakukan oleh Zeedee Hijab supaya produk diminati oleh konsumen?

Jawab: Dengan meningkatkan kualitas produk dengan cara memperketat *quality control*, menambah varian warna, dan dengan adanya program harbolnas seperti e-commerce, hanya saja pemesanannya melalui whatsapp.

HASIL WAWANCARA

Karakteristik responden:

Nama : Wida Darell Islam
Jenis kelamin : Perempuan
Umur : 27 tahun
Jabatan/pekerjaan : Pemilik Zeedee Hijab
Tanggal wawancara : 22 April 2021

SIKLUS DAUR HIDUP PRODUK

Tahapan SDHP

Tahap Perkenalan

1. Ketika launching produk, apakah Zeedee Hijab mengeluarkan biaya yang besar untuk mempromosikan produknya?

Jawab: Tidak, karena Zeedee Hijab hanya melakukan promosi via instagram dan whatsapp.

2. Ketika launching produk, apakah Zeedee Hijab mengeluarkan biaya yang besar untuk biaya produksi?

Jawab: untuk biaya produksi pada saat mengeluarkan produk baru yaitu tergantung tingkat kesulitan desain produk (model). Jika model produk sederhana maka biaya produksi yang dikeluarkan standar. Semakin sulit desain produk yang dibuat maka biaya produksi yang dikeluarkan semakin besar.

3. Ketika tahap perkenalan (penjualan 1-2 minggu), apakah Zeedee Hijab mendapatkan keuntungan?

Jawab: belum, karena pendapatan yang masuk hanya mengganti biaya produksi.

4. Apakah biaya promosi dan produksinya lebih tinggi dari keuntungan yg didapat?

Jawab: tidak, karena hanya mengeluarkan untuk biaya produksi saja

Tahap Pertumbuhan

1. Bagaimana perkembangan penjualan setelah tahap pengenalan produk?

Jawab: perkembangan penjualan dan permintaan konsumen terhadap produk Zeedee Hijab tergantung kepada produknya masing-masing. Apabila pada saat pengenalan produk tersebut penjualannya tinggi maka pada tahap pertumbuhan mengalami peningkatan perkembangan penjualan produk yang sangat cepat, dan apabila pada saat pengenalan produk yang dipasarkan penjualannya stabil maka pada tahap pertumbuhan peningkatan penjualan produk tersebut sedang.

2. Bagaimana keuntungan yang didapat ketika masa pertumbuhan produk?

Jawab: Tahap pertumbuhan ini saatnya untuk meraih keuntungan, ketika masa launching produk sudah selesai.

Tahap Kedewasaan

1. Bagaimana keuntungan/laba pada tahap kedewasaan?

Jawab: kembali naik karena melakukan diskon sehingga banyak produk yang terjual.

2. Ketika masa kedewasaan, apakah Zeedee Hijab melakukan perbedaan pada perancangan produk yang sudah ada untuk mempertahankan pangsa pasar?

Jawab: iya, dg membedakan desain produk spt pada khimar alis dan khimar alis layers.

3. Bagaimana penjualan pada tahap kedewasaan?

Jawab: Zeedee Hijab melakukan promosi melalui diskon untuk mempertahankan produknya dan menarik minat konsumen untuk membeli produk dan melakukan pembelian ulang terhadap produk Zeedee Hijab sehingga penjualan dan laba menjadi meningkat kembali.

Tahap Penurunan

1. Bagaimana penjualan pada tahap penurunan?

Jawab: penjualannya menurun stabil.

2. Ketika tahap penurunan pasti perusahaan akan mengadakan diskon barang, jika perusahaan melakukan hal tersebut, Bagaimanna keuntungan/laba pada tahap penurunan?

Jawab: Laba yang didapat Zeedee Hijab menurun karena melakukan diskon produk untuk mengatasi penumpukan barang

3. Pada tahap penurunan, bagaimana promosi yg dilakukan oleh perusahaan?

Jawab: dengan melakukan diskon

4. Pada tahap penurunan, produk yang tersedia tetap dibiarkan beredar atau ditarik dari pasar?

Jawab: dibiarkan beredar untuk menutup beban operasional perusahaan.

Strategi SDHP

1. Tahap Perkenalan

Jawab: Menetapkan harga rendah tetapi didukung dengan promosi gencar

2. Tahap Pertumbuhan

Jawab: Meningkatkan kualitas produk dan menambah keistimewaan produk baru dengan cara yaitu menambah varian warna dan memperketat *quality control* dengan cara pengecekan kembali terhadap produk yang sudah jadi oleh asisten produksi Zeedee Hijab. Selain itu penambahan bahan baku juga ditambah pada produk tertentu. Yaitu produk Khimar Alis, Zeedee Hijab meningkatkan kualitas produk dengan menambah varian bahan baku yaitu cerutti babydoll. Jadi untuk artikel Khimar Alis ada dua bahan baku yang digunakan oleh Zeedee Hijab yaitu diamond astra dan cerutti babydoll.

Mencari baru dengan cara mengadakan *giveaway*. *Giveaway* ini diadakan untuk menarik minat masyarakat supaya melihat dan mengikuti Instagram Zeedee Hijab karena diantara syarat *giveaway* yaitu mengajak orang lain untuk mengikuti Instagram Zeedee Hijab. Sehingga pengikut pada Instagram Zeedee Hijab bertambah. Umpan balik dengan mengadakan *giveaway* memang tidak langsung terasa, namun dengan menambahnya pengikut Instagram maka ada ketertarikan dari orang tersebut untuk melihat produk Zeedee.

3. Tahap Kedewasaan

Jawab: Zeedee Hijab melakukan strategi dalam modifikasi pasar dengan mencari segmen pasar baru melalui cara membuat pamflet untuk membuka kemitraan baru dan dengan melakukan kerja sama dengan toko mitra. Ada dua toko mitra yang melakukan kerja sama dengan Zeedee Hijab yaitu Galeri Paseka dan Hijab Story. Dalam modifikasi produk dilakukan dengan cara memperhatikan desain produk dan melakukan *photoshoot* ulang produk. Dan pada modifikasi bauran pemasaran, Zeedee Hijab melakukan promosi penjualan melalui diskon dan potongan harga

saat harbolnas atau akhir bulan dengan potongan %, mendistribusikan produk ke toko mitra dan meningkatkan pelayanan dalam ketepatan pengiriman barang.

4. Tahap Penurunan

Jawab: Dalam mengidentifikasi produk yang lemah, faktor utama untuk diidentifikasi adalah desain produknya. Apabila desainnya tidak diminati maka Zeedee Hijab melakukan keputusan untuk mengentikan produk tersebut. Untuk mengantisipasi penumpukan barang maka strategi yang dilakukan oleh Zeedee Hijab yaitu mengadakan diskon dengan potongan %, *buy 1 get 1*, beli 5 gratis 1, dan pembelian set dengan harga miring (hijab dan gamis).

KUESIONER RISET IFAS

Profil responden

Nama responden :

Jenis kelamin :

Umur :

Jabatan/pekerjaan :

Tanggal pengisian :

Cara pengisian

- a. Penilaian kondisi saat ini. Responden diminta untuk menilai kinerja perusahaan saat ini.
- b. Penilaian urgensi. Responden diminta untuk menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

Acuan pengisian kuesioner ini adalah sebagai berikut:

Penilaian kondisi saat ini

Angka 1: sangat kurang

Angka 2: kurang

Angka 3: cukup

Angka 4: agak baik

Angka 5: baik

Angka 6: sangat baik

Penilaian urgensi penanganan

Angka 1: tidak urgen

Angka 2: kurang urgen

Angka 3: urgen

Angka 4: sangat urgen

NO	KEKUATAN	INDIKATOR	KONDISI SAAT INI						URGENSI PENANGANAN			
			1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
	Dimensi kualitas produk	Keberagaman model										
		Keberagaman warna										
		Daya tahan produk										
		Desain produk										
		Kualitas bahan baku										
	Promosi	Publikasi melalui media sosial										
		Program promosi penjualan melalui diskon										
	Distribusi	Keberagaman saluran distribusi										
	Waktu	Periode pengenalan										
		Periode pertumbuhan										
		Periode kedewasaan										

Anda diminta menyebutkan faktor kekuatan lainnya yang saat ini dimiliki produk

BIODATA PENULIS



Nama : Gina Goniatu Rahayu
NPM : 171002009
Tempat dan Tanggal Lahir : Tasikmalaya, 26 Agustus 1999
Fakultas/Jurusan/Angkatan : FAI/Ekonomi Syariah
(Manajemen Bisnis Syariah) 2017
Jenis Kelamin : Perempuan
Gol. Darah : A
Agama : Islam
Alamat : Dusun Kalenwadas, Rt 01/Rw 08, Desa Cijulang,
Kecamatan Cijulang, Kabupaten Pangandaran
Email : ginagoniatur@gmail.com
Riwayat Pendidikan :

Pendidikan Formal

1. TK Aisyah 1 (2004-2006)
2. SD Negeri 1 Cijulang (2006-2011)
3. SMP Terpadu Al-Hasan Ciamis (2011-2014)
4. MAN Sukamanah (2014-2017)
5. Universitas Siliwangi (2017-sekarang)

Pendidikan Informal

1. Pondok Pesantren Al-Hasan Ciamis (2011-2014)

2. Pondok Pesantren KH. Zainal Musthafa Sukamanah (2014-2017)

Riwayat Organisasi:

1. Wakil Bendahara Asrama Al-Muna II Pondok Pesantren KH. Zainal Musthafa Sukamanah (2015-2016)
 2. Bendahara Asrama Al-Muna II Pondok Pesantren KH. Zainal Musthafa Sukamanah (2016-2017)
 3. Staff bidang usaha CSG YES Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi (2019)
 4. Divisi Dokumentasi Volunterr Try HOTS with Tentor and Talkshow (2019)
- Anggota Divisi Pendidikan GenBI Tasikmalaya (2019-2020)