

Analisis SWOT dalam Studi Kelayakan Bisnis Produk Reseller Hijab

Cahyadi Cahyadi¹, Deden Murdiono², Rizki Ahmad Faizal^{3*}, Rizqi Muhamad Abdul Azis⁴, Bintang Rama Endriansyah⁵, Alamsyah Putra Aristri⁶, Ronal Benyamin Siregar⁷, Dodi Eka Saputra⁸, Yunengsih Nurmanda⁹, Adinda Mutiara¹⁰

¹²³⁴⁵⁶⁷⁸⁹¹⁰Program Studi Teknik Industri, Universitas Pelita Bangsa
Jl. Inspeksi Kalimalang Tegal Danas. Cikarang Pusat. Kabupaten Bekasi

Email korespondensi: rzkahmdfzl20@gmail.com

Abstrak

Tujuan penulisan artikel ini untuk mengetahui dan menganalisis SWOT pada usaha produk *reseller* hijab. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan jenis data menggunakan data empiris atau pengalaman pribadi. Hasil penelitian ini adalah untuk memberikan peluang atau kemudahan untuk semua kalangan yang ingin memulai bisnis namun memiliki modal sedikit bisa melakukan cara sebagai *reseller*. Selain itu, para pengusaha bisa memahami mengenai *reseller* dari analisis *kekuatan (Strength)*, *kelemahan (Weakness)*, *peluang (Opportunities)* dan *tantangan (Threats)* yang bisa untuk dijadikan sebagai pegangan dalam usahanya. Analisis SWOT ini memberikan efek positif seperti memberikan pandangan prioritas utama, mengenali resiko, kendala, masalah dan ancaman yang akan terjadi, membantu mengembangkan usaha dan mempermudah dalam mengambil keputusan.

Kata kunci : Deskriptif, Kualitatif, *Reseller*, SWOT

Abstract

The purpose of writing this article is to understand and analyze the SWOT of hijab reseller products. This type of research uses qualitative descriptive research methods and the type of data uses empirical data or personal experience. The result of this research is to provide opportunities or conveniences for everyone who wants to start a business but has little capital to become a reseller. In addition, entrepreneurs can understand resellers through the analysis of strengths, weaknesses, opportunities, and threats that can serve as a guideline for their business. This SWOT analysis provides positive effects such as offering a perspective on primary priorities, recognizing risks, constraints, problems, and threats that may occur, helping to develop businesses, and facilitating decision-making.

Keywords : *Qualitative Descriptive, Reseller, SWOT*

1. Pendahuluan

Reseller produk hijab adalah usaha yang mudah untuk bisa dilakukan oleh semua pelaku usaha yang mempunyai modal pas-pasan tanpa memikirkan biaya produksi dan lain sebagainya. Pelaku usaha hanya fokus pada produk yang sedang tren dan bagaimana dalam pemasaran produknya. Hijab merupakan *fashion* muslim yang terus berkembang, meningkat setiap tahun apalagi menjelang ramadhan dan lebaran. Jadi, selalu ada permintaan model baru apalagi produk terkenal memiliki kualitas bagus pasti menjadi incaran para konsumen. Hijab memiliki beberapa model seperti pashmina, hijab instan atau bergo dan segi empat motif. Minat banyak orang terhadap hijab diantara lain seperti mudah dibentuk, tidak mudah kusut, jahitan rapih, dan harga terjangkau. Semakin produk memiliki keunggulan seperti itu maka menjadi nilai lebih produk tersebut dalam bersaing dengan produk-produk hijab lainnya.

Permasalahan utama yang mendorong penelitian ini dilakukan adalah kebutuhan akan pemahaman mendalam mengenai kelayakan bisnis *reseller* hijab, khususnya bagi individu dengan modal terbatas yang ingin memulai usaha. Meskipun model bisnis *reseller* terlihat mudah dan minim risiko, belum banyak penelitian yang secara



sistematis menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dari perspektif praktisi atau pelaku langsung di lapangan.

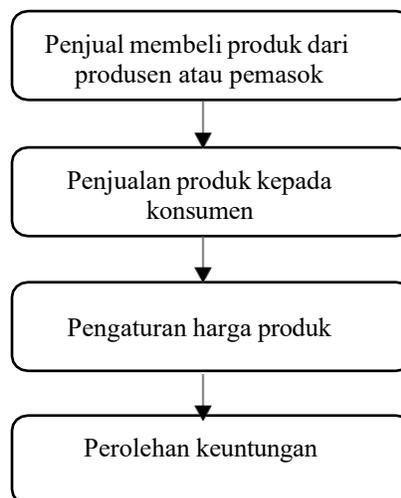
Untuk dapat meningkatkan keuntungan dan kelayakan bisnis dari aspek pemasaran, langkah-langkah awal yang harus dilakukan oleh pelaku usaha adalah dengan membuat analisis SWOT. Dengan pelaku usaha melakukan analisis SWOT, dapat diketahui apakah produk yang dipasarkan dapat dikatakan kelayakan bisnis. Hal ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi dan menilai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi baik itu dari internal ataupun eksternal. Oleh sebab itu, analisis SWOT bisa menjadi salah satu alat bagi pelaku bisnis untuk mengembangkan strategi bisnis yang mempengaruhi kinerja perusahaan (Rangkuti, 2017),

Sedangkan tujuan dari pembuatan jurnal ini adalah untuk membantu, Menganalisis kelayakan bisnis Reseler jilbab melalui pendekatan SWOT, sehingga dapat memberikan pemahaman kepada pelaku bisnis tentang kelebihan dan tantangan model bisnis ini. Mengidentifikasi strategi pemasaran yang bisa meningkatkan daya saing, khususnya dalam menghadapi tren konsumen yang terus berkembang. Menawarkan rekomendasi berdasarkan temuan penelitian untuk membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan yang lebih efisien dan solutif dalam mengembangkan bisnis *reseller* hijab. Pendekatan SWOT dipilih dalam penelitian ini karena menawarkan kerangka analisis yang sederhana namun sangat komprehensif untuk memahami kelayakan sebuah usaha terutama model bisnis seperti *reseller* hijab yang minim modal, tapi kompleks secara operasional. Dibandingkan pendekatan lain, SWOT sangat cocok untuk konteks praktis dan pengalaman empiris yang menjadi dasar studi ini.

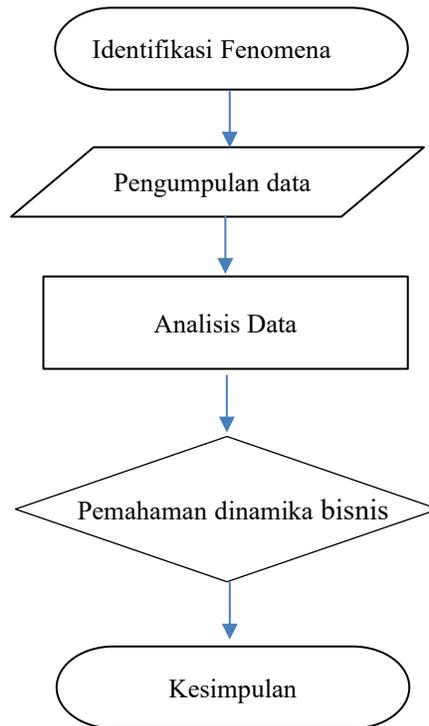
2. Metodologi

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan menggunakan data empiris. Penelitian kualitatif ialah salah satu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai melalui metode statistik atau metode kuantifikasi lainnya. Straus dan Corbin (2008) menetapkan bahwa penelitian kualitatif mampu meneliti kehidupan masyarakat, sejarah, perilaku, fungsi organisasi, gerakan sosial, atau hubungan keluarga. Kualitatif empiris merupakan penelitian yang mengandalkan data dan bukti yang diperoleh melalui observasi atau eksperimen, atau pengalaman secara langsung.

Penelitian kualitatif empiris mengandalkan pengumpulan data dan bukti yang diperoleh melalui observasi, eksperimen, atau pengalaman secara langsung. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami lebih dalam dinamika yang terjadi dalam lingkungan bisnis, termasuk faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberlangsungan usaha *reseller* hijab. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih komprehensif tentang bagaimana *reseller* hijab berkembang dalam industri *fashion* muslim, serta tantangan dan peluang yang dihadapi.



Gambar 1. Diagram Alir Proses



Gambar 2. Diagram alur penelitian

3. Hasil dan Pembahasan

Usaha *reseller* yang penulis bahas ini merupakan pengalaman salah satu penulis, di mana penulis pernah memiliki usaha sebagai *reseller* atau penjual yang membeli produk dari produsen atau pemasok untuk dijual kembali kepada konsumen dengan menggunakan sistem penjualan tersendiri sehingga keuntungan dapat diatur oleh *reseller* tersebut. Model bisnis ini menawarkan fleksibilitas yang tinggi, karena *reseller* tidak perlu mengelola produksi sendiri dan dapat fokus pada strategi pemasaran serta pengelolaan pelanggan.

Usaha *reseller* ini sudah banyak dijalankan oleh para pengusaha karena dinilai lebih praktis dan efisien. Kelebihan utama dari bisnis *reseller* hijab adalah minimnya risiko finansial, karena *reseller* tidak harus mengeluarkan biaya besar untuk produksi atau stok awal. Selain itu, dengan perkembangan teknologi dan digital marketing, *reseller* dapat memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Penerapan strategi pemasaran yang tepat, seperti promosi berbasis *influencer*, iklan digital, serta penggunaan teknik *storytelling* dalam pemasaran, dapat meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat loyalitas pelanggan.

Analisis SWOT bisnis produk *reseller* hijab

Kekuatan (*Strength*)

1. Hijab adalah produk yang menjadi *fashion* paling di gemari terutama kaum perempuan.

Hal ini menjadi keuntungan tersendiri karena hijab saat ini tidak hanya sebagai sekedar kebutuhan tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup. Perminitan hijab cenderung stabil dan bahkan meningkat seiring dengan perkembangan mode busana muslim. Hal ini menciptakan pasar yang terus berkembang dan siap dijangkau.

2. Harga yang relatif murah dan mendapatkan kualitas yang baik.

Kombinasi harga yang relatif murah dan kualitas yang baik membuat produk-produk dari *reseller* hijab sangat kompetitif. Konsumen akan merasa mendapat nilai lebih, yang akhirnya akan meningkatkan potensi order ulang.

3. Melakukan penjualan dengan mudah baik *offline* maupun *online*.

Fleksibilitas dalam distribusi produk memudahkan pelaku usaha menjangkau pasar lebih luas, baik secara toko fisik maupun *online*.

4. Minim kerugian akibat produksi.

Karena tidak perlu produksi sendiri, *reseller* menghindari risiko umum seperti barang cacat, bahan baku rusak atau stok yang berlebih. Hal ini membuat arus kas keuangan lebih stabil dan resiko kerugian rendah.

5. Penjualan meningkat pada hari-hari keagamaan seperti Ramadhan dan hari raya lainnya.

Momen seperti Ramadhan dan Idul Fitri selalu membawa kenaikan permintaan bagi *reseller*, ini adalah peluang musiman yang bisa dimaksimalkan dengan stok dan promosi yang tepat

Kelemahan (*Weakness*)

1. Keuntungan kurang maksimal berbeda dengan produksi sendiri.

Sebagai *reseller* margin dari keuntungan sudah ditentukan oleh selisih harga beli dan jual. Tidak seperti produsen yang bisa mengatur harga dari hulu sampai ke hilir, *reseller* terbatas dalam menaikkan harga karena harus kompetitif, ini membuat skala keuntungan jadi lebih tipis

2. Terbatas dalam pemilihan kualitas bahan.

Reseller biasanya bisa memilih produk yang tersedia dari produsen, sehingga kualitas tidak sepenuhnya bisa terkontrol. Jika produsen mengganti bahan atau menurunkan kualitas, *reseller* tidak memiliki banyak opsi kecuali mencari pemasok lain.

3. Proses menunggu ketika order barang.

Ketika stok habis, *reseller* harus melakukan pemesanan kembali ke produsen. Waktu tunggu ini yang bisa menyebabkan keterlambatan dalam pengiriman kepada pelanggan, yang memiliki resiko menurunnya kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

Peluang (*Opportunities*)

1. Manfaatkan promosi secara *online* dalam menambah pelanggan baru.

Ini adalah peluang besar di era digital. Platform seperti Instagram, tiktok dan shopee memungkinkan *reseller* menjangkau konsumen lebih luas tanpa biaya besar.

2. Remaja sekolah hingga dewasa cocok untuk usaha *reseller* hijab seperti ini.

Produk hijab ini memiliki daya Tarik lintas usia. Hal ini membuka peluang untuk menyesuaikan pendekatan pemasaran, desain kekinian untuk remaja dan motif elegan atau sederhana untuk segmen dewasa.

3. Minimnya kerugian menjadikan pertimbangan yang baik untuk memulai jenis usaha ini.

Karena tidak perlu produksi sendiri, beban biaya lebih ringan. Ini menarik baik pemula yang ingin berbisnis dengan modal terbatas, namun tetap ingin mencoba pasar *fashion* muslim yang besar

Ancaman (*Threats*)

1. Ketika stok habis proses order ulang yang lama.

Ketika produk yang laris habis dan produsen butuh waktu lama untuk memproduksi ulang, *reseller* bisa kehilangan momentum penjualan. Ini sangat krusial apalagi pelanggan sudah menunggu.

2. Produsen belum tentu produksi ulang produk tersebut.

Model hijab sering kali berganti sesuai tren. Jika produsen memutuskan untuk tidak memproduksi ulang model tertentu, maka *reseller* kehilangan potensi pemesanan ulang dan harus cepat beradaptasi dengan model baru.

3. Respon produsen kurang cepat atau tidak konsisten

Dalam bisnis digital yang bergerak cepat, komunikasi dan layanan dari produsen sangat menentukan. Produsen yang lambat merespon atau tidak profesional bisa berdampak buruk pada reputasi *reseller* dimata pelanggan.

Tabel 1. Matriks SWOT Bisnis *Reseller* Hijab (Internal)

Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
Hijab adalah produk <i>fashion</i> yang sangat digemari oleh perempuan	Keuntungan kurang maksimal dibandingkan produksi sendiri
Harga relatif murah dengan kualitas baik	Terbatas dalam pemilihan kualitas bahan
Penjualan mudah baik offline maupun <i>online</i>	Proses menunggu saat order barang
Minim kerugian produksi	
Penjualan meningkat saat momen keagamaan	

Tabel 2. Matriks SWOT Bisnis *Reseller* Hijab (Eksternal)

Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
Promosi <i>online</i> dapat menarik pelanggan baru	Stok habis, proses repeat order lama
Pasar luas dari remaja hingga dewasa	Produsen belum tentu memproduksi ulang produk
Minim resiko kerugian, cocok untuk pemula	Produsen kurang responsif

Tabel 3. Matriks Strategi SWOT – *Reseller* Hijab

Strategi	Penjelasan
SO (<i>Strength – Opportunity</i>)	<p>1. Gunakan harga terjangkau dan produk populer untuk menjangkau pasar remaja dan dewasa melalui media sosial. Menggabungkan kekuatan harga kompetitif (<i>strength</i>) dan daya tarik produk hijab yang sedang tren dengan peluang promosi digital (<i>opportunity</i>)</p> <p>2. Maksimalkan <i>platform online</i> (Instagram, Tiktok, Shopee) untuk memperluas jangkauan pasar. Memanfaatkan kemudahan penjualan <i>online</i> sebagai kekuatan bisnis dan menghubungkannya dengan peluang luasnya pasar digital.</p>
WO (<i>Weakness – Opportunity</i>)	<p>1. Tambah supplier alternatif agar tidak bergantung pada satu produsen. Kelemahan seperti keterbatasan bahan, waktu tunggu order lama dan respon produsen yang lambat bisa diatasi dengan mencari beberapa produsen atau grosir sebagai mitra.</p>

Strategi	Penjelasan
<p>T (<i>Strenght – Threat</i>)</p>	<p>2. Bangun branding toko agar nilai jual tinggi meski bukan produk buatan sendiri. Salah satu kelemahan <i>reseller</i> adalah margin keuntungan yang tipis dan kurangnya kontrol terhadap kualitas produk. Tapi dengan strategi branding yang kuat, produk bisa terlihat eksklusif meskipun dari pihak ketiga. Ini sekaligus memanfaatkan peluang luasnya pasar <i>online</i> dan tren hijab kekinian.</p> <p>1. Gunakan kekuatan promosi dan penjualan <i>online</i> untuk menghadapi ancaman stok habis dengan sistem pre-order dan bonus seperti <i>free</i> ongkir. Dengan memanfaatkan kekuatan pemasaran <i>online</i> yang luas dan mudah dijangkau, reseler dapat tetap menjaga arus penjualan meskipun stok produk sedang menipis. Sistem pre-order memungkinkan pelanggan tetap memesan, sambil memberikan bonus atau diskon ongkir untuk menjaga loyalitas dan kepuasan.</p> <p>2. Fokus pada produk ready stock dan populer agar tetap bisa jualan saat produk lain belum tersedia. Dengan mengidentifikasi produk-produk yang selalu laku dan mempertahankan stoknya <i>reseller</i> bisa tetap menjalankan penjualan secara konsisten, bahkan Ketika produk tertentu tidak lagi diproduksi atau restoknya terlambat.</p>
<p>WT (<i>Weakness – Threat</i>)</p>	<p>1. Kurangi ketergantungan supplier dengan membuat catatan waktu tunggu dan stok untuk mengantisipasi ketersediaan barang. Kelemahan seperti waktu tunggu panjang dan kontrol terbatas atas bahan bisa memperparah dampak dari ancaman seperti stok habis atau supplier tidak responsif.</p> <p>2. Pertimbangkan produksi kecil – kecilan atau ambil stok dari grosir lokal sebagai cadangan. Untuk mengurangi kelemahan margin tipis dan resiko ketersediaan barang, strategi ini menyarankan agar <i>reseller</i> perlahan membangun alternatif pasokan yang lebih terkontrol</p>

Hasil penelitian ini memiliki dampak penting terhadap pengembangan industri *fashion* muslim, khususnya pada ekosistem usaha kecil seperti bisnis *reseller* hijab. Implikasi ini tidak hanya berpengaruh bagi pelaku usaha individual, tetapi juga membuka peluang pembentukan rantai nilai baru dalam industri hijab nasional. Salah satunya adalah mendorong inovasi distribusi dan digitalisasi UKM, penemuan bahwa strategi digital seperti medial sosial dan platform e-commerce berkontribusi signifikan terhadap efektifitas bisnis *reseller*, menunjukkan pentingnya infrastruktur digital di sektor UKM. Ini menjadi peluang industri e-commerce untuk menyediakan fitur yang lebih inklusif bagi *reseller* kecil, seperti *reseller dashboard*, integrasi logistik atau program afiliasi hijab tematik.

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, bisnis *reseller* hijab merupakan peluang usaha yang layak dikembangkan, terutama bagi individu yang ingin memulai bisnis dengan modal terbatas. Kekuatan utamanya terletak pada tingginya permintaan pasar, fleksibilitas sistem penjualanserta minimnya risiko produksi Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama dari bisnis ini adalah fleksibilitas dan minimnya risiko finansial, sementara peluang semakin terbuka dengan adanya tren pasar dan dukungan teknologi digital. Namun, terdapat beberapa kelemahan dan ancaman yang perlu diperhatikan, seperti ketergantungan terhadap produsen, keterbatasan dalam

pemilihan bahan, serta persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, *reseller* perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif, mengembangkan hubungan yang baik dengan pemasok, serta menyesuaikan diri dengan tren konsumen agar dapat bertahan dalam pasar yang kompetitif.

Dengan mempertimbangkan semua aspek ini, bisnis *reseller* hijab memiliki potensi besar untuk berkembang dengan pendekatan yang tepat dan strategi yang sesuai. Untuk saran pada penelitian yang akan datang adalah dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed-method untuk mengukur sejauh mana faktor SWOT memengaruhi kinerja penjualan secara statistik, sehingga diperoleh hasil yang generalisabel. Penelitian dapat juga membandingkan efektivitas model *reseller* dengan model dropshipping, affiliate marketing, atau bahkan produksi mandiri untuk melihat keunggulan strategis masing-masing.

Daftar Pustaka

- Amalia, A. (2016). Perencanaan strategi pemasaran dengan pendekatan bauran pemasaran dan SWOT pada perusahaan POPY TUBBY. *PERFORMA*, 1(3), 297-306. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/172>
- Amalia, A., Hidayat, W., & Budiarmo, A. (2012). Analisis strategi pengembangan usaha pada UKM batik semarangan di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(2), 282-294. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/854>
- Ermaya, K., & Darna, N. (2019). Strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan business model canvas (studi kasus: industri kecil kerupuk). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(3). <https://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/view/2581>
- Farras, D. H., & Indarwati, T. A. (2024, October). Analisis SWOT Untuk Mengetahui Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran Pada Wisata Petik Jambu (Studi Kasus BUMDes Kebaron Di Sidoarjo). In *Seminar Nasional Manajemen* (Vol. 9, No. 1, pp. 48-55). <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/senima/article/view/3748>
- Hamidah, N. A., & Haqi, M. S. (2019). Strategi Pemasaran dan Analisis SWOT sebagai Pengembangan Usaha Kedai. *MARGIN ECO*, 3(2), 14-29. <https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/margin/article/view/841>
- Jannah, M., Faizah, A. N., Indraputri, A. J., Puspita, V. E., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Pentingnya Analisis Swot dalam Suatu Perencanaan dan Pengembangan Bisnis. *IJESPG (International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government)*, 2(2), 9-17. <https://ijespgjournal.org/index.php/ijespg/article/view/113>
- Kolanus, J. A., Lopian, S. J., & Poluan, J. G. (2024). Evaluasi strategi pemasaran PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Sulawesi Utara terhadap produk unggulan perusahaan (Indomie) menggunakan metode SWOT. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 12(01), 860-867. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/54491>
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2017). Strategi peningkatan omset ukm percetakan dengan pendekatan analisis SWOT. *SESINDO*, 9, 2017. <https://is.its.ac.id/pubs/oajis/index.php/home/detail/1770/STRATEGI-PENINGKATAN-OMSET-UKM-PERCETAKAN-DENGAN-PENDEKATAN-ANALISIS-SWOT>
- Luntungan, W. G., & Tawas, H. N. (2019). Strategi Pemasaran Bambuden Boulevard Manado: Analisis SWOT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/26328>
- Prisdina, N. B., & Faturrahman, M. (2023). Analisis penerapan strategi pemasaran peralatan pelabuhan dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT pada PT Towin Innoven. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(1), 42-55. <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/666>
- Rangkuti, F. (1998). Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, F. (2019). Formulasi perancangan strategi pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT dan business model canvas. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 205-212. <https://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/view/15308>
- Yuniasari, AD. (2024). Studi Kelayakan Bisnis dan Analisis SWOT UMKM Maharani Handycraft Bordir. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*, 8 (1), 38-50.

https://www.researchgate.net/publication/386868726_Studi_Kelayakan_Bisnis_Dan_Analisis_SWOT_UM_KM_Maharani_Embroidery_Handycraft

Zain, A. M. (2021). ANALISA STRATEGI PEMASARAN LILLAH HIJAB DENGAN METODE BCG (BOSTON CONSULTING GROUP), DAN SWOT (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). <https://repository.uin-suska.ac.id/44223/>