

ABSTRAK

Gina Goniatu Rahayu. 2021. Analisis Siklus Daur Hidup Produk Khimar Zeedee Hijab Tasikmalaya, Skripsi. Progra Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi.

Tahapan siklus daur hidup produk terbagi empat yaitu tahap pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan dan penurunan. Setiap tahapan siklusnya mempunyai waktu yang berbeda. Fakta menunjukkan bahwa terdapat produk yang mengalami tahapan siklus daur hidup produk pada tahap kedewasaan dalam jangka waktu yang relatif lama selama bertahun-tahun. Ketika produsen meluncurkan model-model khimar yang baru, produk Khimar Alis tetap menjadi produk yang paling laris penjualannya di kalangan konsumen Zeedee Hijab dari tahun 2017 sampai sekarang. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis siklus daur hidup produk khimar Zeedee Hijab.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data-data yang dikumpulkan melalui data primer yaitu data yang didapat langsung dari sumbernya melalui wawancara kepada pemilik Zeedee Hijab dan kuesioner, dan data sekunder yaitu data yang bersumber dari laporan tertulis mengenai perkembangan Zeedee Hijab.

Berdasarkan matriks IFAS (*Internal Factors Summary*) menunjukkan faktor yang menjadi kekuatan utama berdasarkan nilai skor tertinggi sebesar 0.43 yaitu desain produk dan publikasi melalui media sosial. Sedangkan yang menjadi kelemahan utama berdasarkan nilai skor terendah sebesar 0.11 yaitu inovasi produk. Pada tabel IFAS diperoleh total skor untuk faktor kekuatan sebesar 3.31 dan faktor kelemahan sebesar 1.75 dengan selisih skor sebesar 1.56 yang menunjukkan bahwa kekuatan lebih dominan dari kelemahan.

Siklus daur hidup produk Zeedee Hijab pada setiap tahapan mempunyai waktu dan strategi yang berbeda. Pada tahap pengenalan, siklus daur hidup produk Zeedee Hijab cenderung cepat, yaitu hanya membutuhkan waktu satu sampai dua minggu. Pada tahap pertumbuhan, siklus daur hidup produk Zeedee Hijab mengalami peningkatan penjualan. Pada tahap kedewasaan, rata-rata siklus daur hidup produk Zeedee Hijab mengalami masa siklus yang panjang pada beberapa produk, bahkan terdapat produk yang bertahan lama yaitu dari Zeedee Hijab berdiri sampai saat ini. Produk tersebut yaitu Khimar Alis. Namun disisi lain, ada juga produk yang cepat turun dan mengalami unproduksi. Salah satunya yaitu produk Khimar Sharfy dan Khimar Almeera. Dan ketika tahap penurunan, produk dibiarkan tetap beredar namun tidak diproduksi lagi.

Berdasarkan hasil penelitian dari setiap tahapan siklus daur hidup produk dan analisis internal, Zeede Hijab dapat menerapkan strategi dengan mempertahankan kualitas produk, gencar melakukan publikasi, meningkatkan pelayanan, dan inovasi produk untuk mempertahankan siklus daur hidup produk.

Kata kunci: Siklus Daur Hidup Produk, Analisis Faktor Internal

ABSTRACT

Gina Goniatu Rahayu. 2021. Analysis of the Product Life Cycle of the Khimar Zeedee Hijab Tasikmalaya, Skripsi. Islamic Economics Department, Faculty Of Islam Religion, Siliwangi University.

The stages of the product life cycle are divided into four stages, which is the stage of introduction, growth, maturity and decline. Each stage of the cycle has a different periode. The facts show that there are products that undergo a product life cycle stage at maturity stage for a relatively long period of time for many years. When manufacturers launch new khimar models, the Khimar Alis product remains the best-selling product among Zeedee Hijab consumers from 2017 to the present. So that the purpose of this study is to determine the product life cycle of Khimar Zeedee Hijab.

The research method used is a descriptive research method with a qualitative approach. Data collected through primary data, which is obtained directly from the source through interviews with Zeedee Hijab owners and questionnaires, and secondary data, which is sourced from written reports on the development of Zeedee Hijab.

Based on the IFAS (Internal Factors Summary) matrix, it shows the main factors that are the main strength based on the highest score of 0.43, which is product design and publication through social media. Meanwhile, the main weakness based on the lowest score of 0.11 is product innovation. In the IFAS table, the total score for the strength factor is 3.31 and the weakness factor is 1.75 with a score difference of 1.56 which indicates that strength is more dominant than weakness.

The life cycle of Zeedee Hijab products at each stage has a different timing and strategy. At the introductory stage, the life cycle of Zeedee Hijab products is on tend to be fast, which only takes one to two weeks. At the growth stage, the product life cycle of Zeedee Hijab has increased in sales. At the maturity stage, the average life cycle of Zeedee Hijab products has a long cycle period for some products, there are even products that last a long time since the establishment of zeede hijab until now, the product is Khimar Alis. But on the other hand, there are also products that rapidly decline and experiencing unproduction. One of them is Khimar Sharfy and Khimar Almeera products. And during the decline stage, the product is allowed to remain circulating but it is no longer produced.

Based on the results of research from each stage of the product life cycle and internal analysis, Zeede Hijab can implement a strategy by maintaining product quality, aggressively conducting publications, improving services, and product innovation to maintain the product life cycle.

Keywords: Product Life Cycle, Internal Factor Analysis