

Nomor Daftar: 087/S/KWU/R/27/XII/2023

**ANALISIS RUMUSAN STRATEGI BISNIS UNTUK USAHA  
BERKELANJUTAN PADA BRAND LALUNA HIJAB  
DI TASIKMALAYA**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar sarjana bisnis*

*(S. Bns)*



**Disusun oleh:**

**SYIFA AULIA AZZAHRA**

**1904882**

**PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
KAMPUS TASIKMALAYA**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syifa Aulia Azzahra

NIM : 1904882

Program Studi : S1 Kewirausahaan

Judul Tugas Akhir : **Analisis Rumusan Strategi Bisnis Untuk Usaha Berkelanjutan Pada Brand Laluna Hijab Di Tasikmalaya**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Rumusan Strategi Bisnis Untuk Usaha Berkelanjutan Pada Brand Laluna Hijab Di Tasikmalaya” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/ sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tasikmalaya, Desember 2023



**LEMBAR PENGESAHAN**  
**ANALISIS RUMUSAN STRATEGI BISNIS UNTUK USAHA**  
**BERKELANJUTAN PADA BRAND LALUNA HIJAB**  
**DI TASIKMALAYA**

Disetujui dan disahkan oleh:

Mengetahui,

Pembimbing I,



**Mira Nurfitriya, S.Pd., M.Sc**  
**NIP. 920200119911219201**

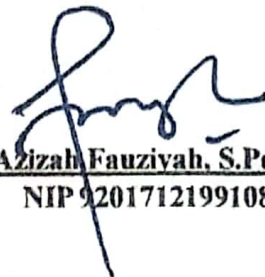
Pembimbing II,



**Nizza Nadva Rachmani, S.Hut., M.M**  
**NIP 920200419920802201**

Diketahui:

**Ketua Program Studi Kewirausahaan,**



**Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd.**  
**NIP 920171219910820201**

## ABSTRAK

### ANALISIS RUMUSAN STRATEGI BISNIS UNTUK USAHA BERKELANJUTAN PADA BRAND LALUNA HIJAB DI TASIKMALAYA

Syifa Aulia Azzahra

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi rumusan model bisnis untuk usaha berkelanjutan pada *brand* Laluna Hijab. Objek yang dipilih dalam penelitian ini adalah *brand* Laluna Hijab dengan alasan objek yang belum memiliki strategi bisnis sebelumnya serta belum berkelanjutan dan merupakan usaha dengan tipe produk yang *mainstream*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara, identifikasi, dan rumusan strategi bisnis. Hasil pada penelitian ini menunjukkan rumusan model bisnis untuk usaha berkelanjutan pada *brand* Laluna Hijab yang dapat digunakan sebagai salah satu strategi bisnis *brand* Laluna Hijab. Penelitian ini membuka jalan bagi *brand* Laluna Hijab dalam upaya untuk mencapai visi dan misi yang dimiliki oleh *brand* Laluna Hijab. Pada penelitian ini, *brand* Laluna Hijab dapat memiliki strategi bisnis sebagai sebuah pedoman untuk memulai berbagai peningkatan di masa depan. Melalui penelitian ini, *brand* Laluna Hijab dapat menjadi salah satu usaha yang berkelanjutan dan melakukan inovasi pada tipe produk yang *mainstream* di pasaran.

Kata Kunci: Model Bisnis Berkelanjutan, Strategi Bisnis, *brand* Laluna Hijab.

## **ABSTRACT**

### ***ANALYSIS OF BUSINESS STRATEGY FORMULA FOR SUSTAINABLE BUSINESSES IN THE LALUNA HIJAB BRAND IN TASIKMALAYA***

**Syifa Aulia Azzahra**

*This research aims to identify the business model formulation for sustainable business for the Laluna Hijab brand. The object chosen in this research is the Laluna Hijab brand for the reason that the object does not have a previous business strategy and is not sustainable and is a business with a mainstream product type. This research uses a qualitative descriptive research method with a case study approach. This research was carried out by observing, interviewing, identifying and formulating business strategies. The results of this research show the formulation of a business model for sustainable business for the Laluna Hijab brand which can be used as a business strategy for the Laluna Hijab brand. This research paves the way for the Laluna Hijab brand in an effort to achieve the vision and mission of the Laluna Hijab brand. In this research, the Laluna Hijab brand can have a business strategy as a guide for initiating various improvements in the future. Through this research, the Laluna Hijab brand can become a sustainable business and innovate mainstream product types on the market.*

*Keywords: Sustainable Business Models, Business Strategy, Laluna Hijab brand.*

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Kajian Teori .....	7
2.1.1 Manajemen Strategi .....	7
2.1.1.1 Konsep Manajemen Strategi .....	7
2.1.1.2 Definisi Manajemen Strategi.....	7
2.1.1.3 Indikator Manajemen Strategi.....	8
2.1.2 Strategi Bisnis .....	10
2.1.2.1 Konsep Strategi Bisnis .....	10
2.1.2.2 Definisi Strategi Bisnis .....	10
2.1.2.3 Indikator Strategi Bisnis.....	11
2.1.3 Strategi Bisnis Berkelanjutan.....	12
2.1.3.1 Konsep Strategi Bisnis Berkelanjutan.....	12
2.1.3.2 Definisi Strategi Bisnis Berkelanjutan .....	13
2.1.3.3 Indikator Strategi Bisnis Berkelanjutan .....	14
2.1.3.4 Model Bisnis Berkelanjutan .....	16
2.2 Penelitian Terdahulu .....	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35

Syifa Aulia Azzahra, 2023

*ANALISIS RUMUSAN STRATEGI BISNIS UNTUK USAHA BERKELANJUTAN PADA BRAND LALUNA HIJAB DI TASIKMALAYA*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Objek Penelitian.....	37
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	37
3.2.1 Metode Penelitian.....	37
3.2.2 Desain Penelitian.....	37
3.3 Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data.....	39
3.3.1 Sumber Data.....	39
3.3.2 Alat Pengumpulan Data .....	40
3.4 Responden Penelitian.....	41
3.5 Rancangan Analisis Data .....	41
3.5.1 Analisis SWOT .....	42
3.5.2 Analisis Model Bisnis Berkelanjutan.....	43
3.6 Teknik Analisis Data.....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
4.1.1 Profil <i>Brand</i> Laluna Hijab.....	48
4.1.2 Visi dan Misi <i>Brand</i> Laluna Hijab .....	50
4.1.3 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan <i>Brand</i> Laluna Hijab.....	50
4.2 Gambaran Strategi Bisnis <i>Brand</i> Laluna Hijab Saat Ini .....	51
4.3 Identifikasi Strategi Bisnis Berkelanjutan <i>Brand</i> Laluna Hijab.....	51
4.4 Rumusan Model Bisnis Berkelanjutan <i>Brand</i> Laluna Hijab.....	67
4.4.1 Analisis SWOT Strategi Bisnis Berkelanjutan .....	67
4.4.2 <i>Value Creation</i> .....	77
4.4.3 <i>Value Proposition</i> .....	80
4.4.4 <i>Value Delivery</i> .....	83
4.4.5 <i>Value Capture</i> .....	86
4.4.6 Strategi Bisnis <i>Brand</i> Laluna Hijab .....	88
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>93</b>
5.1 Simpulan .....	93
5.2 Implikasi.....	94
5.3 Saran.....	94

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>	<b>99</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 4. 1 Harga Produk Laluna Hijab .....	49
Tabel 4. 2 Analisis SWOT <i>Sustainable Business Model Canvas</i> .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan Laluna Hijab Tahun 2020 – 2022 .....	2
Gambar 2. 1 Model Bisnis Berkelanjutan oleh Bocken, dkk (2018) .....	17
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran .....	36
Gambar 3. 1 Prosedur Penelitian .....	39
Gambar 3. 2 Model Bisnis Berkelanjutan .....	43
Gambar 4. 1 Logo <i>brand</i> Laluna Hijab .....	49
Gambar 4. 2 Produk <i>brand</i> Laluna Hijab .....	49
Gambar 4. 3 Struktur <i>brand</i> Laluna Hijab .....	50
Gambar 4. 4 Strategi Bisnis Berkelanjutan .....	52
Gambar 4. 5 Hasil Rumusan Blok <i>Sustainable Business Model Brand</i> Laluna Hijab .....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	99
Lampiran 2 .....	104
Lampiran 3 .....	113
Lampiran 4 .....	114

## DAFTAR PUSTAKA

- Abiromo, B., & Wibowo, A. (2014). Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Produk Kartu Perdana Simpati. *Jurnal Ekonomi*, 1-8
- Arifudin, O., Tanjung, R., & Sofyan, Y. (2020). Manajemen Strategik Teori dan Implementasi. *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*, 177
- Azizah, F. N., & Ikaningtyas, M. (2023). Pengembangan Model Bisnis Berkelanjutan Untuk UMKM Kerupuk Udang Dan Payus Di Era Digital, 1 (3)
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10, 46-62
- Berliandika, B., Isfianadewi, D., Priyono, A. (2022). Strategi *Sustainable Business Model Innovation* Pada Industri *Fashion* Digital Ilustrasi. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 13(1)
- Basile, V., Capobianco, N., & Vona, R. (2021). *The usefulness of sustainable business models: Analysis from oil and gas industry*. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. doi:10.1002/csr.2153
- Bocken, N. M. P., Schuit, C. S. C., & Kraaijenhagen, C. (2018). *Experimenting with A Circular Business Model: Lessons from Eight Cases*. ELSEVIER
- Bocken, N., Short, S., Rana, P., & Evans, S. (2013). *Towards A Sustainable Business Form: A Business Modelling Process and Tools*. University of Cambridge
- Bocken, N., Short, S., Rana, P., & Evans, S. (2014). *A Literature and Practice Review to Develop Sustainable Business Model Archetypes*. *Journal of Cleaner Production*
- Carey, L., & Carvellon, M. C. (2013). *Ethical Fashion Dimensions: Pictorial and Auditory Depictions*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 18(4)
- Darmawan, A. J., Susilo, R. F. N., Putri, Y. H., Suryani, N. K., & Heptariza, A. (2023). Model Bisnis Berkelanjutan dengan Pendekatan Zero Waste untuk Sisa Makanan: Aplikasi Surplus di Bali. SENADA

- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases* (13th ed). Pearson Education. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Deo, H. T. (2001). *Ecofriendly Textile Production*. Indian Journal of Fibre & Textile Research, Vol. 26
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7
- Fajar Nur'aini DF, Teknik Analisis SWOT (Yogyakarta : Buwas, 2016)
- Freddy Rangkuti, Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2016), hlm 19-20
- Furqon, C., Sultan, M. A., & Wijaya, F. (2019). *Business Development Of Coffee Farmers Group Using Triple Layered Business Model Canvas*. *Journal Of Business And Economic Review*, 4 (4)
- García-Muiña, F. E., Medina-Salgado, M. S., Ferrari, A. M., & Cucchi, M. (2020). *Sustainability Transition in Industry 4.0 and Smart Manufacturing with the Triple-Layered Business Model Canvas*. *Sustainability*, 12(6), 2364. doi:10.3390/su1206236
- Hanaysha, J. R., Al-Shaikh, M. E., Joghee, S., & Alzhoubi, H. M. (2022). *Impact of Innovation Capabilities On Business Sustainability In Small And Medium Enterprises*. *Sage Journals*, 11 (1)
- Haris, A. (2014). Memahami Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat melalui Pemanfaatan Media. *JUPITER*, 13(2)
- Høgevoid, N. M. (2011). *A corporate effort towards a sustainable business model*. *European Business Review*, 23(4), 392–400. doi:10.1108/09555341111145771
- Komalasari, D., & Solikin, I. (2018). Penerapan Aplikasi Mading Digital Berbasis Web Pada MA. Miftahul Huda Kabupaten OKI. *Jurnal Sistem Informasi (JUSIFO)*, 4(1), 27-36  
<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jusifo/article/view/2443>

- Michael, R., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Program CSR Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori *Triple Bottom Line*. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1)
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis, amethods sourcebook*. Sage Publications.
- Mili, S., & Loukil, T. (2023). *Enhancing Sustainability with the Triple-Layered Business Model Canvas: Insights from the Fruit and Vegetable Industry in Spain*. *Sustainability*, 15
- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, 15 (3)
- Muhadjir, Noeng. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif Pendekatan Positivistik, Rasionalistik, Phenomenologik, dan Realisme Metaphisik Telaah Studi Teks dan Penelitian Agama*
- Ningsih, D., Kurniawan, P. H., & Liliana, T. (2019). Strategi Afiliasi Bisnis: Suatu Model Pemilihan Channel Penjualan dan Pengelolaan Hotel Non Jaringan di Kota Batam. SNISTEK
- Nguyen, A. T., Parker, L., Brennan, L., & Lockrey, S. (2020). *A Consumer Definition of Eco-friendly Packaging*. *Journal of Cleaner Production*
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movement, T. (2012). *Business Model Generation*. In *Kyberneter*, 41 issue 5/6  
<https://doi.org/10.1108/036849212111261761>
- Peristiwol, H. (2022). *Potential Of Circular Economy To Indonesia's Sustainable Halal Fashion Industry In The Framework Of Accelerating Sharia Economy And Business*. *Annual International Conference*, 2(1)
- Raganathan, C., & Ganapathy, S. (2002). *Key Dimensions of Business-to-Consumer Web Sites*. ELSEVIER
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Setiawan, H. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi, dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*

- Sari, H., Wahida, A., Samsinar. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Tana Toraja melalui Kegiatan Wirausaha Sukade Buah Kunru guna Menumbuhkan Minat Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan (SELAPARANG)*, 4 (3)
- Soejarwo, P. A., Yusuf, R., & Zulham, A. (2019). Analisis Keberlanjutan Usaha Budi Daya Rumput Laut Di Sumba Timur, Nusa Tenggara Timur. *J. Sosek KP*, 14 (1)
- Sofiani, T. P., & Zulvia, D. (2023). Dampak Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Produksi pada Usaha Mikro, Kecil, Menengah di Kecamatan Padang Utara. **PROFIT**
- Solehan, J. R., Damayanti, M. N., & Cahyadi, J. (2015). Perancangan Kampanye Sosial Pengenalan Tanaman Obat Keluarga (TOGA), Manfaat dan Potensinya kepada Anak Usia SMP. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*
- Statista Research Department. (2023). *Number of Users of E-Commerce in Indonesia 2019-2028*
- Wheelen, T.L., Hunger, J.D. (2001), *Strategic Management and Business Policy*. 5th ed. United States of America: Addison-Wesley Publishing Company.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2011). *Strategic Management And Business Policy: Toward Global Sustainability* (13th ed.). Pearson Education. **<https://doi.org/10.1007/s10958-016-2909-8>**
- Zulfalillah, I., Ngazizah, L. N., Rohman, A., Nuraziz, M. A., & Wakhid, N. (2022). Perluasan Target Pasar Melalui Strategi Pengembangan Produk Olahan Singkong Desa Kebondalem Kecamatan Bawang Kabupaten Banjarnegara. *PROSIDING KAMPELMAS*, 1 (2)