

ABSTRAK

Persaingan industri saat ini semakin meningkat dengan semakin banyaknya pelaku usaha di Indonesia. Salah satu industri yang banyak digeluti adalah fashion hijab khususnya di Kota Bandung. Untuk tetap mendapatkan keunggulan bersaing maka setiap pelaku usaha harus menggunakan strategi bersaing agar dapat tetap unggul di persaingan industry, salah satunya dengan memasarkan produk melalui media sosial instagram. Beberapa strategi yang dapat digunakan adalah diferensiasi, biaya rendah dan fokus. Usaha hijab yang diteliti pada penelitian ini adalah dua usaha hijab di Kota Bandung yaitu Famous Scarf Official dan Yunma Outfit.

Melalui penelitian ini akan diketahui strategi bersaing yang digunakan oleh Famous Scarf Official dan Yunma Outfit, serta mengetahui terdapat perbedaan atau tidak pada strategi bersaing yang digunakan oleh kedua usaha.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik analisis model Miles dan Hubberman. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan menggunakan teknik triangulasi sumber. Informan pada penelitian ini adalah pemilik usaha, pihak yang sudah bergabung dari awal terbentuknya usaha dan pelanggan yang sudah mengikuti dari awal terbentuknya usaha dari Famous Scarf Official dan Yunma Outfit.

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa strategi yang digunakan oleh Famous Scarf Official adalah diferensiasi dengan ukuran pasar sedang, begitu pula strategi yang digunakan oleh Yunma Outfit adalah diferensiasi dengan ukuran pasar sedang.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa strategi bersaing yang digunakan oleh Famous Scarf Official adalah diferensiasi dan strategi bersaing yang digunakan oleh Yunma Outfit diferensiasi. Maka dari itu, tidak terdapat perbedaan strategi bersaing yang digunakan oleh kedua usaha hijab tersebut walaupun cara penjualan yang digunakan berbeda, yaitu penjualan secara online dan offline yang dilakukan oleh Famous Scarf Official dan penjualan secara online saja yang dilakukan oleh Yunma Outfit.

Kata kunci: Kewirausahaan, Strategi Bersaing, Industri Fashion Hijab