

STRATEGI BISNIS DALAM MENGEMBANGKAN TREND BAJU DRESSCODE MUSLIM DIKALANGAN REMAJA

Vera Ayu Ningsih Ritonga¹, Sriwahyuni², Dini Lestari³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Alamat: Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan,
Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371

Korespondensi penulis : veraayu230701@gmail.com

Abstract

Product development is the process of creating new products or improving existing ones to meet consumer needs and ensure their satisfaction. Muslim clothing that is in accordance with the arguments in the Qur'an and Sunnah is that which resembles the opposite sex and does not resemble women who are not Muslim. The purpose of this study is to examine the evolution of Muslim women's fashion brands such as Gamis Amika, Dafh Hijab, and Koppi Holic from a distinctly Islamic perspective. The research method used involved descriptive research leading to quantitative results. Data collection was through direct interviews and file studies. The results of the study show that the development of Muslimah-based products is driven by product designs with different ideas/purposes in three businesses: Gamis Amika occasionally follows fashion trends, Dafh Hijab always follows fashion trends, and Koppi Holic never follows fashion trends. However, from an Islamic point of view, these three Muslim-owned businesses adhere to Islamic law.

Keywords: Business Strategy, Developing, Muslimah Dresscode, Teenager Dress.

Abstrak

Pengembangan produk adalah proses menciptakan produk baru atau meningkatkan yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memastikan kepuasan mereka. Busana muslimah yang sesuai dengan dalil di Alqur'an dan sunnah adalah yang menyerupai lawan jenis dan tidak menyerupai perempuan yang tidak muslim. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji evolusi brand fashion wanita muslimah seperti Gamis Amika, Dafh Hijab, dan Koppi Holic dari sudut pandang Islam yang khas. Metode penelitian yang digunakan melibatkan penelitian deskriptif yang mengarah ke hasil kuantitatif. Pengumpulan data melalui wawancara langsung dan studi berkas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan produk berbasis muslimah didorong oleh desain produk dengan ide/tujuan yang berbeda di tiga bisnis: Gamis Amika sesekali mengikuti trend fashion, Dafh Hijab selalu mengikuti trend fashion, dan Koppi Holic tidak pernah mengikuti trend fashion. Namun, dari sudut pandang Islam, ketiga bisnis milik Muslim ini sudah menganut syariat Islam.

Kata Kunci : Strategi Bisnis, Mengembangkan, Dresscode Muslimah, Dress Remaja .

PENDAHULUAN

Untuk sebagian besar, perkembangan dunia bisnis modern dapat dikaitkan dengan munculnya pengetahuan dan teknologi, yang telah menjadi pusat perhatian publik. Fenomena ini, yang dikenal sebagai globalisasi, memiliki implikasi bagi orang-orang di seluruh dunia. Bisnis adalah setiap usaha yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan maksud memproduksi dan menjual barang atau jasa dengan tujuan untuk menghasilkan laba guna memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Biasanya, aktivitas semacam ini terjadi di

Received November 30, 2022; Revised Desember 2, 2022; Desember 13, 2022

* Korespondensi e-mail, veraayu230701@gmail.com

lingkungan komersial dan komunitas. Dalam bisnis yang digerakkan oleh laba, calon pemilik bersedia menanggung risiko yang terkait dengan peningkatan modal untuk meluncurkan usaha mereka.¹

Pengembangan produk adalah proses peningkatan produk yang sudah ada sehingga memenuhi kebutuhan konsumen dan membuat mereka puas saat digunakan. Mengembangkan produk baru merupakan prioritas bagi bisnis karena seberapa erat kaitannya dengan operasi sehari-hari perusahaan. Meningkatnya tingkat persaingan merupakan akibat langsung dari pesatnya pertumbuhan dan perkembangan industri di Indonesia, seiring dengan semakin banyaknya bisnis baru yang bermunculan. Keberhasilan usaha perusahaan untuk meningkatkan penjualan di pasar berkorelasi langsung dengan kualitas produk baru yang dikembangkannya. Perusahaan memiliki peluang lebih besar untuk memperluas basis pelanggan mereka melalui pengembangan produk baru.²

Tren busana muslim saat ini bukan hanya tentang menyebarkan ajaran agama; mereka juga bertujuan untuk membuat wanita merasa lebih cantik dengan mendorong mereka untuk berpakaian sesuai dengan syariat Islam dengan tetap menjaga estetika kontemporer. Bisnis sewa bus Muslim adalah bisnis baru namun mudah. Keunikan industri busana terletak pada kenyataan bahwa pesertanya tidak hanya diharapkan untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan preferensi konsumen yang berubah, tetapi juga bertindak secara etis dan moral dalam semua aspek pekerjaan mereka, termasuk desain produk baru. Pemilik bisnis bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham untuk kesehatan perusahaan mereka, tetapi juga kepada Allah SWT. Selain itu, seorang pemilik usaha harus memiliki keyakinan pada kemampuannya sendiri untuk menjalankan tugas dan menjaga kepercayaan orang lain padanya, serta keyakinan pada ketersediaan bantuan ilahi. Untuk berhasil dalam bisnis tempat duduk bus Muslim, Anda perlu mengembangkan keterampilan pengambilan keputusan yang sangat bergantung pada pikiran dan perasaan Anda sendiri, serta kemampuan berpikir kritis tentang setiap situasi baru yang Anda hadapi.³

Produk yang berdasarkan syariat Islam adalah yang memenuhi ketentuan syariat Islam mengenai makanan dan minuman yang dibolehkan. Dalam mengembangkan produk baru, umat Islam mematuhi pedoman ketat yang tidak hanya memperhitungkan permintaan pasar tetapi juga kebutuhan untuk menjunjung tinggi standar moral. Oleh karena itu, produsen harus menghasilkan produk yang bermanfaat bagi konsumen agar dunia dan masa depan sejahtera. Memaksimalkan keuntungan hanyalah setengah dari perjuangan. Menurut Syaikh Muhammad Nashiudin Al-Albani, ciri-ciri berikut diperlukan untuk pengembangan produk Muslim Halal sesuai dengan hukum Islam, yaitu berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah: 1) menutupi seluruh tubuh seperti yang dipersyaratkan oleh hukum Islam ; 2) menggunakan warna yang tidak menimbulkan gangguan; 3) menggunakan kain yang tidak tembus pandang; 4) memastikan pakaian tidak terlalu ketat; dan 5) menggunakan bentuk yang tidak terlalu terbuka.⁴ Dalam hal ini, bisnis milik Muslim Gamis Amika, Dafh Hijab, dan Kopi Holic sedang mengembangkan produk dari pandangan dunia Islam dan memproduksi dagangan mereka dari nol, mulai dari konsep produk hingga distribusi.

Strategi pengembangan produk dalam desain produk Gamis Amika untuk mengikuti tren fashion muslim dan persyaratan untuk mengembangkan barang ramah Muslim di Gamis Amika sesuai dengan hukum syariah juga diperiksa. Demikian pula, strategi pengembangan produk dalam desain produk Pada Dafh Hijab untuk mengikuti tren busana muslim diperiksa.

¹ Alma, P. D. (2010). Pengantar Bisnis. Bandung: ALFABETA.

² Maulana, H., & Suhartini. (2018). Pengembangan Produk Meja Sablon Semi Otomatis Dengan Menggunakan Metode QFD. Tecnoscienza .

³ Abdurrahman, N. H. (2013). Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.

⁴ (Qardhawi, 2001)

STRATEGI BISNIS DALAM MENGEMBANGKAN TREND BAJU DRESSCODE MUSLIM DIKALANGAN REMAJA

Senada dengan itu, Koppi Holic mengutamakan pengembangan produk yang sesuai dengan syariat Islam dan tren fesyen busana terkini. Lokasi penelitian dipilih antara Gamis Amika, Dafh Hijab, dan Koppi Holic karena bisnis milik Muslim sedang booming secara online berkat popularitas platform seperti Instagram dan Internet, dan juga karena pasar tradisional yang menampilkan barang-barang buatan Muslim populer di kalangan pelajar mahasiswa, dan Guru. Permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya dan berkaitan dengan penelitian terdahulu memberikan motivasi bagi penulis untuk melakukan penelitian baru dengan menggunakan paradigma penelitian baru. Meskipun ada penelitian serupa tentang pengembangan produk, makanan dan minuman mendapat perhatian lebih secara tidak proporsional. Selain itu, penulis akan melakukan penelitian terhadap bisnis bus muslim yang masih jarang dilakukan.

Studi saat ini adalah yang pertama dari jenisnya yang menggabungkan kerangka kerja konseptual dengan strategi untuk mengembangkan bisnis milik Muslim dan mencapai tujuan mereka dari pandangan dunia Islam. Apakah dress Muslim dan strategi pengembangan produk saling memperkuat dalam hal tujuan yang dicapai. Untuk dapat membantu pengembangan produk bus ramah Muslim yang sesuai dengan sudut pandang Islam. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh pengusaha busana muslimah.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi adalah teknik atau metode untuk mencapai tujuan melalui perencanaan yang cermat dan terkoordinasi. Dimulai dengan konsep bagaimana cara terbaik untuk memotivasi karyawan perusahaan untuk secara efektif menghadapi persaingan dan mengidentifikasi peluang bisnis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, strategi dibangun dari situ (Purwanto, 2006). Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang dipasarkan kepada pembeli (baik individu maupun organisasi) untuk memenuhi permintaan pasar. Produk yang sedang ditawarkan ke pasar dan akan dijual agar dapat dikagumi, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi dengan cara yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dikatakan memiliki “marketability yang memuaskan” (Ato’Illah , 2015).

Pengembangan produk adalah strategi bisnis yang berkelanjutan dengan tujuan meningkatkan penjualan, dan membutuhkan masukan dari hampir setiap departemen di perusahaan. Yaitu: (Purnomo & Raditya, 2017). Mengembangkan produk sangat penting bagi produsen untuk mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar mereka dengan mempelajari apa yang diinginkan konsumen dan bagaimana mereka berencana untuk menggunakan produk dari awal produk melalui desain dan proses pembuatannya. Ini secara langsung relevan dengan keadaan produk yang dimaksud. Perencanaan yang baik menghasilkan produk dengan keunggulan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk alasan ini, perencanaan yang efektif memerlukan partisipasi para ahli dari berbagai bidang akademik (Ginting, 2010).

Di sisi lain, menurut Kotler dan Amstornrg (2008:309), pengembangan produk adalah proses mengambil ide untuk suatu produk dan menyempurnakannya hingga dapat digunakan oleh konsumen dan terbukti berhasil di pasar. Pengembangan produk adalah strategi pemasaran yang menyerukan penciptaan produk baru yang dapat dijual, termasuk menggabungkan teknologi mutakhir ke dalam produk tersebut pada tahap awal pengembangan.

Pengembangan produk, juga dikenal sebagai inovasi produk, adalah proses memunculkan ide-ide baru untuk produk dan layanan dengan memodifikasi desain dan formula yang ada dan menguji kombinasi bahan dan metode produksi baru. Suatu produk dikembangkan dengan maksud untuk melayani pasar yang ada dengan lebih baik dengan meningkatkan upaya pemasaran dan penjualannya, memperoleh bahan baru yang lebih baik, dan melakukan aktivitas terkait yang melibatkan penelitian, pengembangan, dan produksi.

Produk menurut hukum Islam adalah produk yang mematuhi prinsip-prinsip hukum diet Islam. Anda dapat melihat perbedaan antara berbagai prinsip di sini. Dalam hal pembuatan barang, Islam menjunjung tinggi moralitas dan menghormati kebutuhan dasar manusia. Tapi Anda tidak harus memenuhi keinginan konsumen sepanjang waktu; Islam memiliki cara untuk meredakan keinginan orang ketika menggunakan suatu produk. Produk dari perspektif Islam tidak mengklaim bahwa pelanggan adalah tuhan atau bahwa bisnis harus menyediakan apa pun yang diminta pelanggan atas dasar niat baik. Sementara Islam menghargai preferensi konsumen dan melakukan segala upaya untuk memuaskannya, agama melarang produksi barang atau jasa apa pun yang bertentangan dengan hukum Islam (Qardhawi, 2001).

Persyaratan Islam untuk menghasilkan barang sangat jelas dan tidak dapat diencerkan dengan apa pun yang salah pada intinya. Selain itu, Islam menjunjung tinggi kualitas layanan, tetapi membatasi kepuasan pelanggan sesuai dengan hukum Islam. Menciptakan produk yang dapat diterima secara Islami memerlukan lebih dari sekadar memenuhi permintaan konsumen; juga harus menjunjung tinggi prinsip-prinsip moral Islam. Dengan demikian, produsen Islam bertujuan tidak hanya untuk keuntungan maksimal, tetapi juga untuk menyediakan barang dan jasa yang membantu pelanggan mereka sejahtera di dunia ini dan di akhirat. Produk yang dilarang keras masuk pasar adalah produk yang berpotensi memberikan dampak negatif bagi masyarakat dengan merusak etika, moral, dan rasa keadilan bawanya (Qardhawi, 2001).

Wanita Muslimah, sesuai dengan hukum Islam, mengenakan berbagai macam pakaian yang dikenal secara kolektif sebagai busana untuk menutupi bagian tubuh mereka yang dianggap tidak sopan untuk ditampilkan di depan umum. Doa wanita Muslim harus mencerminkan penghormatan dan kesalehan yang sama di hati penggunaannya seperti ritual itu sendiri. Sangatlah penting untuk mengembalikan rasa ekspresi diri seorang Muslim melalui pakaian kepada individu, tetapi dengan fokus pada siluet busana.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif yang dipadukan dengan perspektif kualitatif, dan objek penelitiannya sesuai dengan topik yang dipilih oleh penulis yaitu strategi pengembangan produk. Penelitian kualitatif adalah **jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial.**⁵ Penelitian ini akan menghimpun informasi tentang strategi pengembangan produk.

HASIL PEMBAHASAN

Pengembangan produk di Gamis Amika, Dafh Hijab, dan Koppi Holic, berdasarkan pandangan dunia Islam, meliputi:

1. Gamis amika

Karena hanya memiliki model custom-made sendiri, Gamis Amika tidak banyak melakukan perubahan dari tahun ke tahun, namun sesekali mengikuti tren terkini di industri fashion. Warna seperti biru lembut dan abu-abu tua sering digunakan untuk kemasan produk. Ciri khas produk terletak pada manipulasi motif dan warna desainnya selama proses desain sehingga dapat disesuaikan dengan selera pengguna dan terlihat berkelas. Selain itu, Gamis Amika menyertakan resleting depan pada semua produknya.

⁵ Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.

STRATEGI BISNIS DALAM MENGEMBANGKAN TREND BAJU DRESSCODE MUSLIM DIKALANGAN REMAJA

Nilai suatu produk meningkat bila dibuat dengan hati-hati dan memperhatikan detail, menggunakan bahan berkualitas tinggi dan sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam hal ukuran. Produk berkualitas tinggi menggunakan bahan baku premium untuk memastikan kualitas yang konsisten, seperti kapas yang kuat dan tahan lama. Gamis Amika menggunakan merchandise bermerk bertuliskan nama perusahaan sendiri. Kemasan yang terbuat dari spanduk plastik masih memiliki ciri khas Gamis Amika dan logo. Instruksi perawatan dan penggunaan untuk suatu produk tidak disertakan pada label, dan satu-satunya data yang tersedia adalah yang diperoleh dari wawancara dengan para ahli.

Baju yang didesain dengan model gamis dan khimar syar'i menutupi seluruh tubuh. Semua warna produk lembut dan sejuk untuk mencegah kebingungan mana yang akan dijual bersamaan. Tebal kain digunakan untuk mencegah tembus pandang, namun jika bahannya dirasa terlalu tipis, Gamis Amika akan menambahkan furring. Gamis Amika memiliki biji berukuran syar'i dengan maksud agar tumbuh panjang sehingga dapat dipakai di badan tanpa menimbulkan sesak nafas. Model dibuat dengan palet warna yang sederhana dan meningkatkan kesopanan untuk digunakan oleh wanita Muslim. Selain memiliki desain dan model yang simpel, agar desainnya tidak terkesan meniru busana non muslim,

2. Dafh Hijab

Dafh Hijab selalu mengikuti trend terbaru sehingga tiap tahunnya \sbanyak perubahan desain produk terbaru yang sedang ngetren pada\swaktu tersebut. Semua produk memiliki warna pastel yang lembut, namun warna gelap juga digunakan. Untuk tampilan paling autentik, gunakan model syar'i gambesoni dan palet warna pastel, dan jangan lupa taburkan saku di atasnya. Keunikan produk terletak pada penggunaan bahan yang dipilih dengan cermat dan warna pastelnya yang hanya sedikit berbeda dari warna yang lebih lembut. Produk ini memiliki kualitas terbaik karena dibuat dengan komponen terbaik yang tersedia, mulai dari kulit hingga paku keling logam. Tambahkan pengenalan merek pada produk Anda dengan menyertakan logo dengan nama Dafh Hijab. Kemasan produk terbuat dari kantong plastik dengan presiden Dafh Hijab juga pada kemasannya. Label masih belum memberikan label permanen pada produk untuk cara perawatan dan penggunaannya, saat ini hanya menggunakan informasi secara langsung kepada konsumen.

Dafh Hijab menciptakan busana yang mengikuti desain gamis dan khimar syar'i sehingga dapat menutupi seluruh tubuh pemakainya sesuai syariat Islam. Warna pada produk semuanya menggunakan warna pastel namun juga warna gelap sehingga tidak ada yang menggunakan warna terang yang dapat mencolok. Kain yang dibuat dengan bahan padat tidak akan tembus pandang, tetapi akan memberi tahu pelanggan jika bagian dalamnya agak tipis. Syar'i digunakan untuk memberikan kain garmen potongan yang besar yang tidak akan menyusut atau melar saat dikenakan. Produknya menampilkan model hitam sederhana dan penutup kepala Islami sederhana yang dirancang khusus untuk wanita Muslim. Selain itu, kami juga memproduksi busana muslim yang sederhana yang tidak meniru gaya Barat.

3. Koppi Holic

Meski produknya selalu stylish, Koppi Holic tidak selalu mengikuti tren fashion terkini dalam desainnya. Produk biasanya diproduksi dalam warna terang atau gelap, tetapi pelanggan dapat meminta pewarnaan khusus jika mereka menginginkannya. Koppi Holic memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan khusus untuk produk mereka dengan menentukan detail unik sesuai dengan selera dan preferensi mereka. Nilai jual unik barang-barang Koppi Holic terletak pada kenyataan bahwa barang-barang itu diproduksi dengan dua mekanisme tusukan terpisah, memungkinkannya cepat dan kokoh. Produk berkualitas baik menggunakan kain abaya atau bahan keras lainnya untuk memastikan keawetan dari waktu ke waktu. Koppi Holic tertulis di brand baju muslim tersebut. Kantong plastik Kopi Holic menampilkan logo

perusahaan dan nama merek, sehingga ideal untuk digunakan sebagai bahan promosi. Meskipun label produk belum mencantumkan label permanen pada pakaian untuk petunjuk cara merawat dan menggunakan barang tersebut, namun informasi ini tetap dikomunikasikan langsung kepada konsumen. Produk Koppi Holic menggunakan model gamis syar'i yang lebih lebar dan panjang dari biasanya sehingga bisa menutup seluruh badan. Produk hanya tersedia dalam nada lembut dan sejuk, karena tidak ada yang menggunakan nada pedas yang dapat menyebabkan colophony. Bahan dasar yang digunakan kuat dan berkualitas tinggi sehingga tidak mudah sobek. Sizing syar'i dan custom sizing dari konsumen sendiri keduanya berkontribusi pada produk yang lebih pas dan menghasilkan lebih sedikit panas saat digunakan. Produk yang didesain dengan motif floral dan kupu-kupu di atas sutera syar'i ini utamanya dikenakan oleh kaum wanita. Selain desain yang dibuat untuk busana muslimah tradisional (seperti kerudung dan khimar syar'i).

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan produk dari tiga bisnis milik Muslim di Medan butik pakaian Gamis Amika dan Dafh Hijab dan toko makanan kesehatan Koppi Holic untuk menentukan seberapa baik kinerja mereka dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. pandangan dunia Islam. Beberapa hal perlu diperbaiki dalam strategi pengembangan produk agar dapat meningkatkan kualitas produk sehingga dapat mendongkrak penjualan. Setelah menelaah temuan penelitian dan pembahasan bukti-bukti pendukung, ternyata desain produk dari tiga perusahaan bus muslim yang diteliti menunjukkan perbedaan yang mencolok. Karena desain produk Amika sudah memiliki kekhasan masing-masing, perusahaan tidak merasa perlu mengikuti tren fesyen secara membudak. Produk-produk yang dirancang oleh Dafh Hijab diperbarui setiap tahun untuk mencerminkan tren fashion muslim terbaru, dengan tujuan meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan perusahaan di pasar. Desain produk Koppi Holic tidak mengikuti tren fesyen terbaru karena modelnya dibuat hanya menggunakan template yang paling mendasar (seperti yang digunakan dalam pembuatan pakaian) atau dengan meniru desain tekstil yang sudah ada. Berdasarkan prinsip-prinsip Islam, seperti yang mengatur bisnis milik Muslim, Gamis Amika, Dafh Hijab, dan Koppi Holic telah mematuhi hukum Islam dengan mengukur persyaratan pakaian Muslimah wanita sebagaimana diatur dalam Al-Qur'an dan Hadits dan dipopulerkan. oleh Syaikh Muhammad Nashirudin Al-Albani.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2013). *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Adzwin, & Anggadwita, G. (2016). Analisis Pengembangan Produk Baru Berbasis Teknologi Pada Rintisan Usaha Wallts (Start-Up). *e-proceeding of management* Vol. 3 No.3 , 2735.
- Agustina, F., & Kamalia, N. L. (2012). Perumusan Strategi Pengembangan Produk Kurma Salak Berdasarkan Analisis Product Life Cycle (PLC) dan SWOT Pada Kelompok Tani Ambudi Makmur II Bangkalan. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan* vol. 1 No. 2 , 105-112.
- Alkurni, W., & Zuliarni, S. (2014). Analisis Proses Pengembangan Produk Baru Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bisnis (Kasus Pada MM. Cake & Bakery Pekanbaru). *Jom FISIP* , Vol. 1 No.2.
- Alma, P. D. (2010). *Pengantar Bisnis*. Bandung: ALFABETA
- Ato'Illah, M. (2015). Analisis Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pupuk. *Jurnal WIGA* .
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.

**STRATEGI BISNIS DALAM MENGEMBANGKAN TREND BAJU DRESSCODE
MUSLIM DIKALANGAN REMAJA**

- Ginting, R. (2010). Perancangan Produk. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gurindawangsa, S. A., Topowijono, & Supriono. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Produk Agrowisata (Studi Pada Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 51 No. 2 .
- Kamiruddin. (2014). Analisis Pengembangan Produk Industri kecil Sebagai Strategi Menghadapi Persaingan Bisnis (Kasus Industri Kerajinan Rotan, Rumbai, Pekanbaru). *Jurnal Aplikasi Bisnis* , Vol. 4 No. 2.
- Kotler, & Killer. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, M., & Haryati, N. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri* , Vol. 6 No.2 97-102.
- Maulana, H., & Suhartini. (2018). Pengembangan Produk Meja Sablon Semi Otomatis Dengan Menggunakan Metode QFD. *Tecnoscienza*
- Niqris, C., & Hidayat, R. (2017). STRATEGI BISNIS PADA SABLON BAJU BEATMAP DI WARU SIDOARJO. *Jurnal Bisnis Indonesia* , Vol 8 No. 1.
- Purnomo, B., & Raditya, B. (2017). Pengembangan Produk dan Inovasi Produk Pada Teh Hijau Cap Pohon Kurma (Studi Pada PT. Penguji Luhur Utama). *Jurnal Maksipreneur* Vol. VI, No.2 , 27-35.
- Purwanto. (2006). *New Business Administrasion* . Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Putri, I. M., & Kharnolis, M. (2017). Karakteristik Produk Busana Muslim Yang Diminati Konsumen Di Sakinah Bordir. *e-Journal* Vol. 06 No. 01 , 1-14.
- Qardhawi, Y. (2001). Peran dan Nilai Moral dalam Pandangan Islam. Jakarta: Robbani Press.
- Wijaya, W. S., & Mustamu, R. H. (2013). Analisis Pengembangan Produk Pada Perusahaan Tepung Terigu di Surabaya. *AGORA* , Vol. 1 No. 1.