

ABSTRAK

Industri fesyen merupakan salah satu sektor industri kreatif yang berpotensi memberikan kontribusi yang besar terhadap PDRB maupun peningkatan pendapatan para pelaku usaha. Potensi yang besar terhadap pendapatan pelaku usaha tersebut yang membuat semakin berkembangnya industri fesyen dan persaingan usaha didalamnya. Salah satu faktor yang membuat para pelaku usaha industri fesyen ini mampu bertahan dari ketatnya persaingan adalah dari kinerja perusahaannya. Kinerja yang baik membuat para pelaku tersebut mampu mempertahankan keberadaan perusahaannya dari ketatnya persaingan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kinerja industri fesyen hijab di Kota Bandung. Industri fesyen hijab di Kota Bandung merupakan salah satu industri yang besar. Hal ini karena pusat produksi hijab Indonesia berada di Kota Bandung. Kinerja tersebut diukur dari aspek efisiensi yang mengukur sumber inefisiensi dan membuat beberapa strategi untuk mendapatkan industri fesyen hijab yang lebih baik.

Metode dalam penelitian ini adalah metode *mix method*, yaitu pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan penyebaran kuesioner. Teknik pengumpulan data menggunakan pendekatan populasi dengan jumlah populasi sebanyak 4 perusahaan dan 40 responden untuk konsumen. Teknik yang digunakan untuk penelitian ini adalah *Data Envelopment Analysis* (DEA) dan SWOT analisis.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa ada kesenjangan efisiensi dari empat perusahaan yang diteliti. Sumber utama penyebab inefisien adalah biaya operasional dan jumlah tenaga kerja. Strategi pengembangan yang harus dilakukan yaitu dengan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk maupun pelayanan, melakukan inovasi produk untuk menarik minat konsumen, meningkatkan kerjasama dengan *event organizer*, optimalkan peran semua *stakeholder* dan *shareholder* terhadap peningkatan pangsa pasarnya, membangun sistem sumber daya manusia yang berkelanjutan, memberikan insentif yang jelas dan terukur bagi kinerja sumber daya manusia mengembangkan pangsa pasar melalui *e-commerce* dengan memanfaatkan web resmi dan sosial media, meningkatkan kemampuan untuk menghadapi persaingan, melakukan pembenahan dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada, membangun loyaliti pasar dan sumber daya manusia.

Kata Kunci: DEA, Kinerja, Efisiensi, Strategi