

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

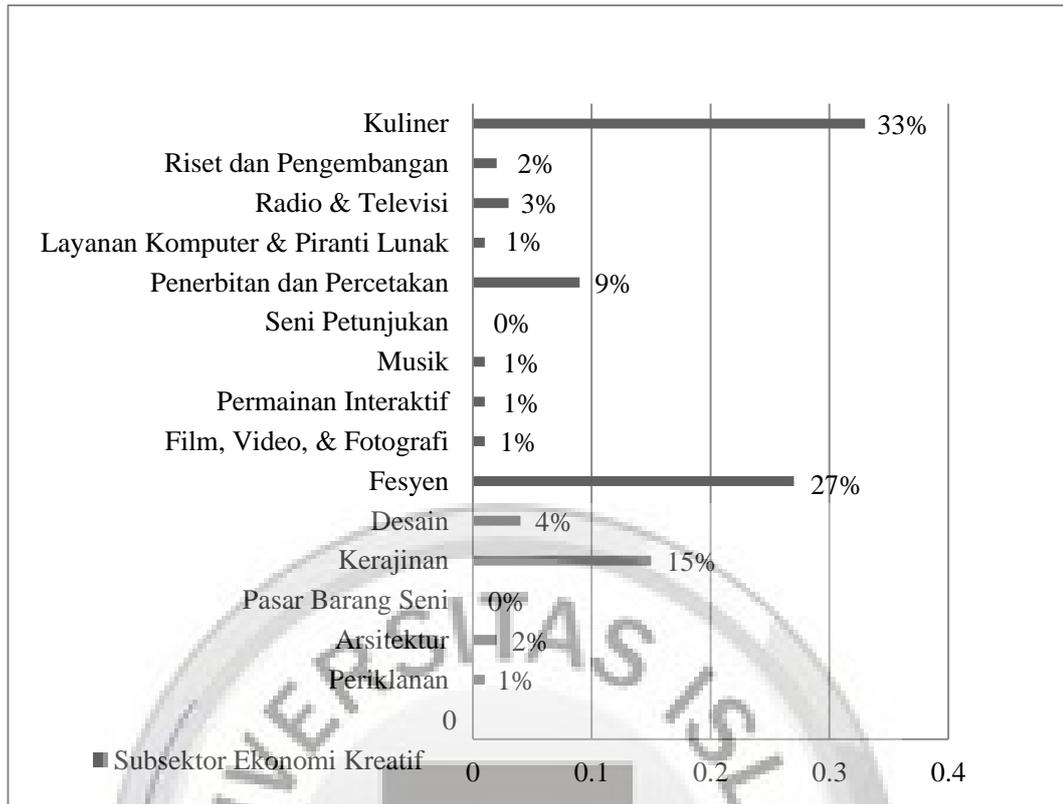
Kinerja merupakan salah satu ukuran yang menunjukkan efektifitas dan efisiensi suatu organisasi atau perusahaan dalam rangka mencapai tujuannya (Prasetyaningrum, 2010). Kinerja dipandang sebagai tingkat keberhasilan, hal ini ada kecenderungan bahwa kinerja adalah sesuatu yang dapat diukur dan dinilai.

Efisiensi merupakan indikator penting dalam mengukur kinerja keseluruhan dari aktivitas suatu perusahaan untuk mewujudkan suatu kinerja yang baik dan berkelanjutan. Oleh karena itu untuk mencapai kinerja yang baik maka perlu adanya optimalisasi dalam pengelolaan kinerja perusahaan itu sendiri diperlukan unsur-unsur pokok yang merupakan faktor-faktor utama dalam perusahaan. Unsur-unsur tersebut disebut faktor produksi (input). Faktor-faktor produksi meliputi : modal, tenaga kerja, kekayaan, dan teknologi. Efisiensi juga menyangkut pengelolaan input dan output yaitu bagaimana mengalokasikan faktor-faktor produksi yang tersedia secara optimal untuk dapat menghasilkan output yang maksimal (Endri, 2009). Pengukuran efisiensi tersebut maka akan diketahui unit kegiatan ekonomi (UKE) mana yang tergolong efisien atau yang tergolong inefisien.

Dari penengukuran tersebut dapat diketahui sumber ketidakefisienan dari unit kegiatan ekonomi (UKE) yang tergolong unit kegiatan ekonomi yang belum efisien.

Saat ini sejarah ekonomi memasuki era baru yang disebut jaman ekonomi kreatif. Untuk mengembangkan ekonomi kreatif diperlukan kolaborasi antara berbagai aktor yang berperan dalam industri kreatif, yaitu cendekiawan (kaum intelektual), dunia usaha dan pemerintah yang merupakan prasyarat mendasar (Lemhannas, 2012). Dimana cendekiawan merupakan orang yang akan menghasilkan suatu kreativitas melalui ide-ide baru yang mereka keluarkan. Dunia usaha merupakan wadah dalam proses produksi kreativitas. Dan pemerintah merupakan pembuat regulasi dalam setiap kegiatan ekonomi kreatif.

Sektor ekonomi kreatif pada tahun 2013 memberikan kontribusi sebesar 641.815,4 miliar dari total 9.109.129,4 miliar rupiah. Kontribusi ini menempatkan sektor ekonomi kreatif diperingkat ketujuh dari 10 sektor ekonomi dengan persentase mencapai 7,05%. Sektor ekonomi kreatif sendiri mengalami peningkatan 10,9%. Pada tahun 2012 silam, kontribusi yang diberikan sebesar 578.760,6 miliar rupiah (Indonesia Kreatif, 2014). Peningkatan kontribusi ekonomi kreatif tidak lepas dari 15 subsektor industri kreatif. 15 sektor industri kreatif tersebut terdiri dari:



Sumber : Indonesia Kreatif, 2014

Gambar 1.1. Distribusi 15 Subsektor Ekonomi Kreatif dalam Nilai Tambah Bruto Tahun 2013

Berdasarkan Gambar 1.1 subsektor yang paling mempengaruhi peningkatan ekonomi kreatif adalah subsektor kuliner dan fesyen. Subsektor kuliner meraih peringkat pertama dari 15 subsektor dengan capaian kontribusi mencapai 33%. Di bawah subsektor kuliner, terdapat subsektor mode (fesyen) yang memberikan pengaruh Nilai Tambah Bruto (NTB) sebesar 27%.

Kota Bandung adalah salah satu kota yang memiliki potensi sebagai kota kreatif yang cukup besar. Sejak dahulu Bandung sudah dikenal sebagai pusat tekstil, mode, seni dan budaya. Bandung juga dikenal sebagai kota pendidikan dan juga daerah tujuan wisata. Hal-hal ini mendukung misi Bandung sebagai kota kreatif. Kota Bandung dicanangkan sebagai pilot *project* kota kreatif se-Asia Timur di Yokohama pada tahun 2007. Dalam hal ini maka slogan yang ingin

diciptakan untuk Kota Bandung adalah Bandung Kota Kreatif (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2009). Bandung sebagai ibukota provinsi Jawa barat yang sangat berperan dalam pengembangan ekonomi kreatif terutama dalam industri fesyen. Berkembangnya industri fesyen di Bandung dapat dilihat dari menjamurnya distro dan *factory outlet*. Industri fesyen kota Bandung salah satu penyumbang tingginya laju pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung yang mencapai 8% pertahun (Rosadi, 2015). Selain itu Kota Bandung merupakan pusat produksi busana muslim terbesar di Indonesia. Melihat potensi tersebut Kota Bandung direncanakan akan menjadi kiblat fesyen muslim dunia pada tahun 2020 (Rosadi, 2015). Dengan direncanakannya Kota Bandung sebagai kiblat fesyen muslim dunia, membuat semakin maraknya industri sejenis. Hal ini membuat perusahaan harus melakukan proses pembenahan dengan meningkatkan kinerja yang baik yang didukung oleh efisiensi.

Penentuan prioritas perbaikan/peningkatan efisiensi diperlukan agar sumberdaya dialokasikan dengan baik, sehingga unit kegiatan ekonomi (UKE) fesyen hijab memiliki persiapan untuk menghadapi program Kota Bandung sebagai kiblat fesyen muslim dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efisiensi dari masing-masing unit kegiatan ekonomi fesyen hijab dan menyusun strategi yang tepat bagi unit kegiatan ekonomi UKE tersebut guna mengembangkan masing-masing unit kegiatan ekonomi (UKE). Untuk mengukur tingkat efisiensi perusahaan, penelitian ini menggunakan metode *Data Envelopment Analysis* (DEA) dapat digunakan untuk mengukur sekaligus meranking/membandingkan (*benchmarking*) produktivitas secara baik antara unit-unit yang saling diperbandingkan (Sebayang, 2007).

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mengkaji judul “ Kinerja industri fesyen hijab di Kota Bandung (Studi Kasus Pada Penelitian ini adalah Shafira, Shasmira, Hazna dan Elmeira”. Berdasarkan judul tersebut maka dapat diketahui outlet mana yang seharusnya bisa lebih ditingkatkan efisiensi dan langkah apa yang harus ditempuh dalam mewujudkannya.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, maka diperlukan analisa untuk mengetahui tingkat efisiensi pada masing-masing industri hijab. Oleh karena itu, perumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimanakah efisiensi pada masing-masing unit kegiatan ekonomi hijab di Kota Bandung ?
2. Bagaimana strategi pengembangan yang tepat bagi masing-masing unit kegiatan ekonomi hijab di Kota Bandung ?

## **1.3 Tujuan penulisan**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui efisiensi pada masing-masing unit kegiatan ekonomi hijab di Kota Bandung.
2. Menyusun strategi perbaikan bagi masing-masing unit kegiatan ekonomi hijab di Kota Bandung.

## **1.4 Manfaat penulisan**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penulisan penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti, mengetahui dan mempelajari pengukuran serta perbaikan tingkat efisiensi dari masing-masing outlet hijab di Kota Bandung dan dapat mengetahui dan mengaplikasikan metode DEA dalam penyelesaian suatu masalah.

2. Bagi Perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam usaha pengembangan dan meningkatkan efisiensi perusahaan.

### 1.5 Kerangka Pemikiran

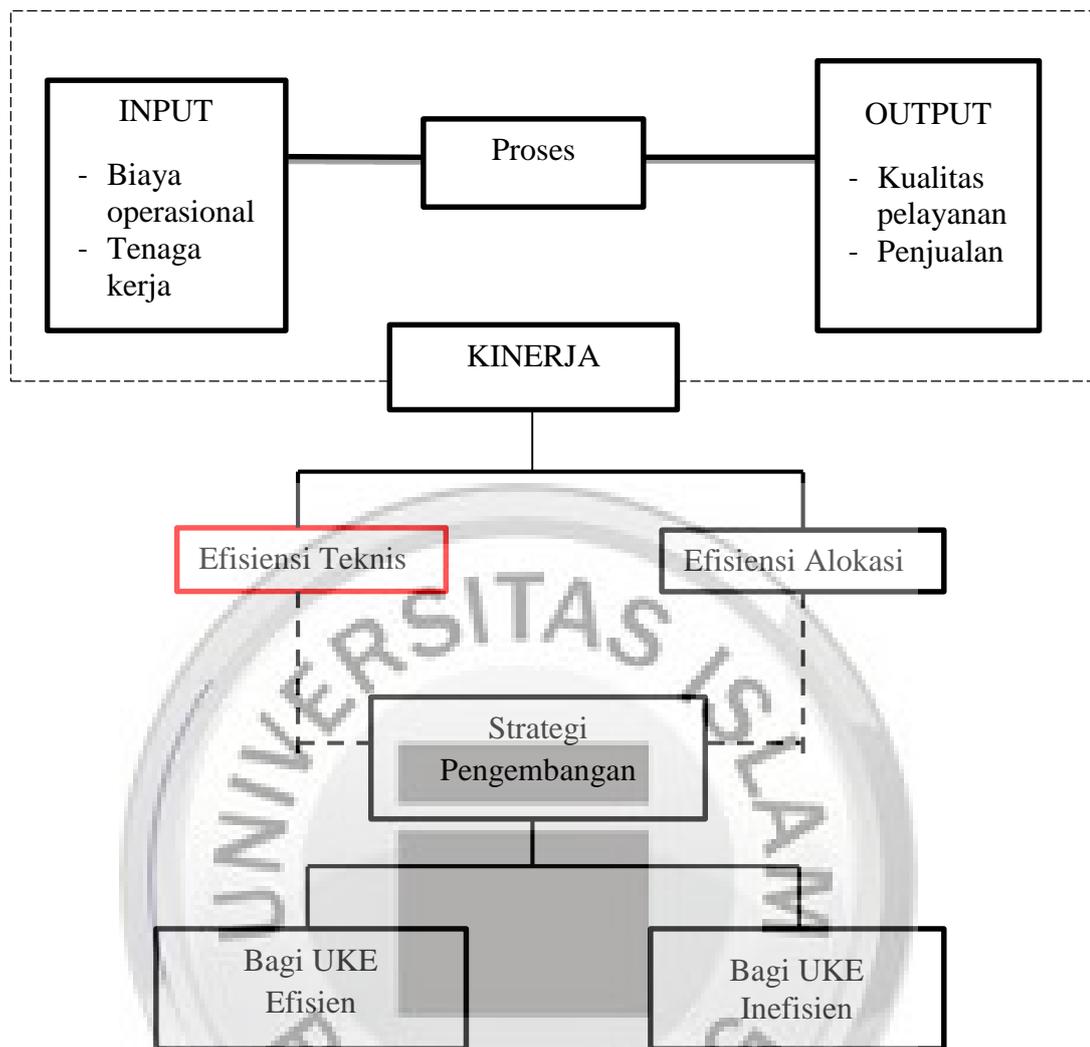
Kinerja merujuk kepada tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja dinyatakan baik dan sukses jika tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik (Haryadi, 2011). Untuk menilai dan mengukur kinerja suatu perusahaan digunakan indikator sebagai ukuran terhadap *outcome* kinerja. Indikator kinerja dapat didefinisikan sebagai ukuran kuantitatif dan kualitatif yang menggambarkan tingkat pencapaian sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan, dengan memperhitungkan indikator masukan (*input*), keluaran (*output*), hasil (*outcome*), manfaat (*benefit*) dan dampak (*impact*) (Haryadi, 2011). Pada penelitian ini hanya meneliti indikator masukan (*input*) dan keluaran (*output*). Variabel output yang digunakan kualitas pelayanan dan penjualan sedangkan variabel input biaya operasional dan jumlah tenaga kerja.

Kinerja suatu unit kegiatan ekonomi (UKE) biasanya dikur dengan efisiensi ekonomi. Efisiensi ekonomi terdiri dari efisiensi teknis (*technical efficiency*) dan efisiensi alokasi (*allocative efficiency*). Efisiensi teknis adalah kombinasi antara kapasitas dan kemampuan unit ekonomi untuk memproduksi hingga output maksimum dari sejumlah input pada teknologi tertentu. Efisiensi alokasi adalah kemampuan dan kesediaan unit kegiatan ekonomi (UKE) beroperasi pada tingkat nilai produk marginal (*marginal value product*) sama dengan biaya marginal (*marginal cost*) (Sebayang, 2007).

Pengukuran efisiensi teknis sebenarnya mencerminkan seberapa tinggi tingkat teknologi dalam proses produksi. Pada umumnya teknologi yang dipergunakan dalam proses produksi bisa digambarkan dengan menggunakan kurva isokuan, fungsi produksi, fungsi biaya. Dengan demikian efisiensi teknis bisa diukur dengan tiga metode yang akan memberikan hasil yang sama.

DEA merupakan metodologi non-parametrik yang didasarkan pada *linear programming*. Metode DEA dibuat untuk mengukur efisiensi relatif suatu unit produksi. DEA mampu mengidentifikasi unit kegiatan ekonomi (UKE) yang efisien dan tidak efisien. Dari pengukuran dengan metode DEA akan diketahui perbandingan unit UKE mana yang efisien dan tidak efisien.

Peningkatan kinerja pada masing-masing unit kegiatan ekonomi (UKE) membutuhkan strategi. Strategi tersebut direncanakan bagi unit kegiatan ekonomi (UKE) yang sudah efisien maupun bagi unit kegiatan ekonomi (UKE) yang tidak efisien, sehingga bisa ditetapkan strategi yang tepat untuk mengembangkan unit kegiatan ekonomi (UKE) dimasa yang akan datang sehingga arah kebijakan menjadi lebih tepat sasaran.



Sumber : Analisis Penulis, 2016  
Gambar 1.2. Kerangka Pemikiran Penelitian

## 1.6 Metodologi penelitian

### 1.6.1 Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah metode *mix method*, yaitu pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan-pendekatan terhadap kajian empiris untuk mengumpulkan, menganalisa, dan menampilkan data dalam bentuk numerik dari pada naratif (Prajito, 2013). Penelitian kuantitatif yang akan dilakukan adalah statistik non parametik dengan menggunakan analisis *Data Envelopment Analysis* (DEA) dan metode Analisis SWOT. Penelitian

kuantitatif bertujuan untuk melihat hubungan antar variabel, menguji teori, dan mencari generalisasi yang mempunyai nilai prediktif (Rianse, 2012). Sedangkan penelitian kualitatif berdasarkan data yang didapatkan.

## **1.6.2 Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data**

### **1.6.2.1 Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder :

1. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara langsung dengan staf perusahaan untuk mendapatkan data berupa informasi input produksi yang digunakan. Data ini merupakan data mentah yang nantinya akan diproses untuk melihat hasil dari penelitian yang telah dilakukan.
2. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain). Dalam penelitian ini penulis juga memperoleh informasi dari media sosial internet.

### **1.6.2.2 Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, jurnal, sumber dari internet dan lain-lain, untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian yang diangkat.

2. Metode wawancara, yaitu mengadakan tanya jawab secara langsung pada karyawan bagian *Head store* pada setiap unit kegiatan ekonomi (UKE) fesyen hijab yang sedang diuji maupun karyawan lain yang bersangkutan.
3. Kuesioner, yaitu menyebarkan sejumlah pertanyaan tertulis kepada konsumen setiap unit kegiatan ekonomi (UKE) fesyen hijab yang sedang diuji yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden yang terdiri dari pertanyaan mengenai karakteristik responden dan pengalaman responden mengenai variabel kualitas pelayanan.

### 1.6.3 Metode analisis data

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan yaitu *Data Envelopment Analysis* (DEA) dan analisis SWOT.

#### 1.6.3.1 Data Envelopment Analysis (DEA)

Analisis DEA didesain secara spesifik untuk mengukur efisiensi relatif suatu unit produksi dalam kondisi terdapat banyak input maupun banyak output, yang biasanya sulit diatasi secara sempurna oleh teknik analisis pengukuran efisiensi lainnya (Indah Susilowati dan Mumu Daman Huri, 2004). Jadi secara singkat berbagai keunggulan metode DEA adalah bisa menangani banyak input dan output, tidak butuh asumsi hubungan fungsional antara variabel input dan output, UKE dibandingkan secara langsung dengan sesamanya, input dan output dapat memiliki satuan pengukuran yang berbeda (Indah Susilowati dan Mumu Daman Huri, 2004).

Formula DEA dimulai dari formula sederhana yang ada di *linear programming*, yaitu sebagai berikut :

$$\text{Maximize : } h_j = \frac{\sum_{r=1}^S U_r Y_{rj}}{\sum_{i=1}^m V_i X_{ij}} \dots\dots\dots (1)$$

$$\text{Kendala : } \frac{\sum_{r=1}^s U_r Y_{rj}}{\sum_{i=1}^m V_i X_{ij}} \leq 1 \text{ dimana } j = 1, 2, \dots, n \dots \dots \dots (2)$$

$$V_i \geq 0 \text{ dimana } i = 1, 2, \dots, m \text{ dan } u_r \geq 0 \text{ dimana } r = 1, 2, \dots, s \dots \dots \dots (3)$$

dimana :

- hj = nilai efisiensi unit kegiatan ekonomi fesyen hijab Kota Bandung
- j = output
- I = input
- Ur = bobot output r yang dihasilkan oleh unit kegiatan ekonomi fesyen hijab Kota Bandung j
- Yrj = jumlah output r, dihasilkan oleh unit kegiatan ekonomi fesyen hijab Kota Bandung, dihitung dari r = 1 hingga s
- Vi = bobot input i yang dihasilkan oleh unit kegiatan ekonomi fesyen hijab Kota Bandung

Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu pengolah data yakni software *DEA OS*. Dimana jika teknik produksi diasumsikan dalam kondisi *constant returns to scale*, maka unit kegiatan ekonomi yang berkinerja baik memiliki bobot 100. Selain itu peneliti juga menggunakan perangkat lunak *microsoft. exel* sebagai perangkat lunak pendukung.

### 1.6.3.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja. Analisis internal meliputi penilaian terhadap faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*). Sementara, analisis eksternal mencakup faktor peluang (*Opportunity*) dan tantangan (*Threats*). Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif matriks SWOT.

Pendekatan kualitatif matriks SWOT sebagaimana dikembangkan oleh Kearns menampilkan delapan kotak, yaitu dua paling atas adalah kotak faktor eksternal (peluang dan tantangan) sedangkan dua kotak sebelah kiri adalah faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Empat kotak lainnya merupakan kotak isu-isu

strategis yang timbul sebagai hasil titik pertemuan antara faktor-faktor internal dan eksternal.

Tabel 1.1. Matriks SWOT

	Eksternal	<i>Opportunity</i>	<i>Threats</i>
Internal	<i>Strength</i>	<i>Comparative Advantage</i>	<i>Mobilization</i>
	<i>Weakness</i>	<i>Divestment/Investment</i>	<i>Damage Control</i>

Sumber : (Hermawan, 2010)

Keterangan:

1. Sel A  
*Comparative Advantages*, Sel ini merupakan pertemuan dua elemen kekuatan dan peluang sehingga memberikan kemungkinan bagi suatu organisasi untuk bisa berkembang lebih cepat.
2. Sel B  
*Mobilization*, Sel ini merupakan interaksi antara ancaman dan kekuatan. Disini harus dilakukan upaya mobilisasi sumberdaya yang merupakan kekuatan organisasi untuk memperlunak ancaman dari luar tersebut, bahkan kemudian merubah ancaman itu menjadi sebuah peluang.
3. Sel C  
*Divestment/Investment*, Sel ini merupakan interaksi antara kelemahan organisasi dan peluang dari luar. Situasi seperti ini memberikan suatu pilihan pada situasi yang kabur. Peluang yang tersedia sangat meyakinkan namun tidak dapat dimanfaatkan karena kekuatan yang ada tidak cukup untuk menggarapnya. Pilihan keputusan yang diambil adalah (melepas peluang yang ada untuk dimanfaatkan organisasi lain) atau memaksakan menggarap peluang itu (investasi).
4. Sel D  
*Damage Control*, Sel ini merupakan kondisi yang paling lemah dari semua sel karena merupakan pertemuan antara kelemahan organisasi dengan ancaman dari luar, dan karenanya keputusan yang salah akan membawa bencana yang besar bagi organisasi. Strategi yang harus diambil adalah *Damage Control* (mengendalikan kerugian) sehingga tidak menjadi lebih parah dari yang diperkirakan.

#### 1.6.4 Operasional variabel

Variabel yang digunakan dalam analisis metode *Data Envelopment Analysis* dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu variabel input dan variabel output. Adapun variabel yang digunakan adalah biaya operasional dan jumlah tenaga kerja. Sedangkan variabel output yang digunakan adalah kualitas pelayanan dan penjualan.

1. Biaya operasional adalah biaya-biaya yang digunakan untuk memperoleh barang, menghasilkan barang, melakukan pemasaran dan melakukan penjualan serta biaya-biaya untuk operasional perusahaan lain jika perusahaan tersebut adalah manufaktur. Jika perusahaannya adalah perusahaan dagang maka biaya operasionalnya adalah biaya untuk memperoleh barang dagangan, pemasaran dan kegiatan penjualan serta biaya-biaya operasional perusahaan lain (Shafitranata, 2011).
2. Tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat (Simanjuntak, 2010).
3. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan Tjiptono, (2008) dalam (Sigit, 2014).

Tjiptono (2008) dalam (Sigit, 2014) menyatakan ada 5 dimensi kualitas pelayanan meliputi SERVQUAL (*Service Quality*), yaitu :

1. *Tangible* (Bukti Fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

2. *Reliability* (Keandalan) yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera akurat, dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanan secara tepat.
3. *Responsiveness* (Keteanggapan) yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap dan sebaik mungkin.
4. *Assurance* (Jaminan) yakni mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari resiko, bahaya fisik, atau keraguan-keraguan.
5. *Empathy* (Empati) meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
6. Penjualan adalah penjualan merupakan sumber utama aliran kas yang masuk ke dalam perusahaan (Lestari, 2013).

Tabel 1.2. Operasional Variabel

Variabel	Nama Variabel	Definisi	Satuan
Input	Biaya operasional	Nilai biaya/pengeluaran yang dikeluarkan dari kegiatan operasional ( non produksi).	Rupiah
	Tenaga kerja	Orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan jasa. Data yang digunakan adalah banyaknya pekerja/karyawan non produksi yang terlibat di dalam unit kegiatan ekonomi (UKE) fesyen hijab.	Orang
Output	Kualitas Pelayanan	Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan data yang digunakan adalah salah satu data yang termasuk ke dalam 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu a. Bukti fisik ( <i>Tangible</i> ) b. Keandalan ( <i>Reability</i> ) c. Ketanggapan ( <i>Responsiveness</i> ) d. Jaminan ( <i>Assurance</i> ) e. Empati ( <i>Empaty</i> ).	Bobot likert
	Penjualan	Penjualan merupakan sumber utama aliran kas yang masuk ke dalam perusahaan data yang digunakan adalah total pendapatan.	Rupiah

Sumber: Analisis Penulis, 2016

### 1.6.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan di Kota Bandung, provinsi Jawa Barat. Ada banyak outlet hijab yang ada di Kota Bandung seperti Rabbani, Syafira, Zoya, Elzatta, House of Ria Miranda & Jenahara, House of Shasmira, Elmeira dll.

Namun dalam penelitian ini hanya empat unit kegiatan ekonomi (UKE) fesyen hijab yang menjadi objek penelitian, yaitu Syafira, Shasmira, Hazna, dan Elmeira. Dengan pertimbangan bahwa ke-4 outlet hijab diatas umumnya merupakan outlet hijab yang memiliki luas lahan hampir sama. Pengumpulan data mulai dilakukan pada 3 Januari 2016.

### 1.6.6 Populasi dan sampel

Pengambilan data melalui pendekatan populasi. Dengan populasi sebagai berikut :

Tabel 1.3. Data Populasi Unit Kegiatan Ekonomi Fesyen Hijab di Kota Bandung

No	Nama Brand Hijab
1	Rabbani
2	Hijab Chic
3	Shafira
4	Ria Miranda & Jenahara
5	Elzatta
6	Shasmira
7	Elmeira
8	Zoya
9	De Moss
10	Dian Pelangi
11	Alisha Fancy Shop
12	Syahzanan
13	Demecca

Sumber : Analisis Penulis, 2016

Dari 13 populasi diatas diklasifikasikan kembali menjadi tujuh unit kegiatan ekonomi fesyen hijab dengan karakteristik luas lahan atau luas toko. Karakteristik tersebut adalah unit kegiatan ekonomi (UKE) fesyen hijab yang memiliki luas lahan atau luas toko yang hampir sama besar.

Berdasarkan karakteristik tersebut terdapat empat perusahaan yang memenuhi kriteria yang memiliki luas lahan outlet yang hampir sama besar terdiri dari Syafira, Shasmira, Hazna, dan Elmeira. Dari perusahaan-perusahaan hijab tersebut dikumpulkan data-data input dan output yang menjadi sampel penelitian