

INOVASI “HIJAB PANDEMIC” SEBAGAI PELUANG USAHA HIJAB DI ERA DAN PASCA PANDEMI COVID-19 SERTA TINJAUANNYA DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Fadia Sulaiman¹, Amelia Handayani Burhan^{1*}, Nurul Agustiningrum¹, Annisa Kusuma Wati¹, Tiulla Nur'Aiini¹, dan Farisy Nurhaeni¹

¹Politeknik Kesehatan Bhakti Setya Indonesia

*email korespondensi: amelia_handayani@poltekkes-bsi.ac.id

Abstract: *The Covid-19 outbreak which has been going on since March 2020 in Indonesia has had many impacts on various sectors, including the habit of people wearing masks. This health protocol also applies to Muslim women who wear the hijab. This encourages the emergence of various mask innovations and the use of masks, such as hijab masks and hijab connectors. However, the results of market research show that consumers complain that the price of hijab masks is more expensive than ear loop masks and that the use of a hijab connector is a hassle. Therefore, researchers made an innovation in the form of the "Hijab Pandemic" as a hijab business opportunity in the Covid-19 Pandemic Era. This business development is carried out in several stages: designing hijab designs, manufacturing, testing, evaluating, repairing, and marketing via WhatsApp and Instagram. Funding comes from the "2021 LLDIKTI Entrepreneurship Grant". There are 3 models of "Hijab Pandemic" sold to consumers: rectangular, pashmina, and instant. The results of the sales evaluation during March-April 2021 show a loss. The evaluation is done by subtracting the business capital from the total product sales. This loss is caused by several factors, including the low frequency of promotions, limited color variations, and not an optimal use of social media and e-commerce. Even though this business has suffered losses coupled with the abolition of the post-pandemic mask rule, from an Islamic perspective, "Hijab Pandemic" still has great opportunities to develop with the Conglomerate Diversifications strategy.*

Keywords: *Hijab, Covid-19, Pandemic, and Islamic Perspective*

Abstrak: Wabah Covid-19 yang berlangsung sejak Maret 2020 di Indonesia telah banyak berdampak pada berbagai sektor, diantaranya kebiasaan masyarakat untuk mengenakan masker. Protokol kesehatan ini juga berlaku bagi muslimah yang mengenakan hijab. Hal ini mendorong munculnya berbagai inovasi masker dan penggunaan masker, seperti masker hijab dan connector hijab. Akan tetapi, hasil riset pasar menunjukkan bahwa konsumen mengeluhkan harga masker hijab yang lebih mahal dari pada masker ear loop dan penggunaan connerctor hijab yang merepotkan. Oleh karena itu, peneliti membuat suatu inovasi berupa “Hijab Pandemic” sebagai peluang usaha hijab di Era Pandemi Covid-19. Pengembangan usaha ini dilakukan dalam beberapa tahapan yaitu tahap persiapan, perancangan desain hijab, pembuatan, uji coba dan evaluasi, perbaikan, dan pemasaran melalui whatsapp dan instragram. Pembiayaan bersumber dari “Hibah Kewirausahaan LLDIKTI Tahun 2021”. Terdapat 3 model “Hijab Pandemic” yang dijual ke konsumen yaitu segiempat, pasminah, dan instan. Hasil evaluasi penjualan selama Maret-April 2021 menunjukkan adanya kerugian. Evaluasi dilakukan dengan mengurangkan modal usaha yang dikeluarkan dengan total penjualan produk. Kerugian ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya rendahnya frekuensi promosi, terbatasnya variasi warna, dan belum optimalnya penggunaan sosial media dan *e-commerce*. Walaupun usaha ini mengalami kerugian ditambah dengan dihapuskannya aturan bermasker pasca pandemi, akan tetapi dalam perspektif islam “Hijab Pandemic” tetap memiliki peluang besar untuk dikembangkan dengan strategi *Conglomerate Diversifications*.

Kata kunci: Hijab, Covid-19, Pandemi, dan Perspektif Islam