

ABSTRAK

Perkembangan industri fesyen Indonesia semakin pesat. Merek-merek fesyen lokal semakin marak bermunculan. Berdasarkan hasil pemetaan 14 subsektor yang ada dalam industri kreatif yang dilakukan oleh Departemen Perdagangan RI, industri fesyen menjadi salah satu subsektor yang tergolong sukses dan berpengaruh dalam industri kreatif. Semakin pesatnya pertumbuhan industri fesyen di Indonesia membuat persaingan di antara pelaku bisnis fesyen semakin ketat sehingga para pelaku bisnis fesyen harus terus melakukan langkah-langkah baru untuk menghadapi persaingan ini.

PT. Gee Eight Indonesia sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di industri fesyen menciptakan Naeema Hijab sebagai inovasi mereka dalam menghadapi persaingan. Naeema Hijab diluncurkan pada tahun 2012 karena semakin maraknya fenomena *trend* hijab pada saat itu. Seiring berjalannya waktu, selama dua tahun berjalan, perkembangan bisnis Naeema Hijab mengalami pasangsurut. Naeema Hijab mengalami ketidakstabilan dalam penjualan retail selama tahun 2012 hingga 2013.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *entrepreneurial action* dalam hal inovasi serta peran kinerja bisnis untuk pengembangan produk Naeema Hijab. Variabel yang digunakan adalah *entrepreneurial action* dan kinerja bisnis. Variabel *entrepreneurial action* memiliki dimensi-dimensi, yaitu *capacity to innovate*, *capacity to plan ahead*, dan *willing to take risk*. Sedangkan dimensi variabel kinerja bisnis adalah *sales/revenue*, *employment*, *effectiveness*, *efficiency*, dan *adaptiveness*.

Penelitian deskriptif-kualitatif ini dilakukan dengan melakukan observasi dan wawancara bertahap kepada pemilik selaku *General Manager*, *Sales & Marketing Manager*, *HRD & Operational Support Manager*, dan *Production Supervisor* PT. Gee Eight Indonesia. Penulis juga melakukan studi dokumentasi terhadap situs *online* yang terkait dengan Gee*Eight.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *entrepreneurial action* dalam hal inovasi yang dilakukan Gee*Eight selama ini telah berjalan positif untuk pengembangan produk Naeema Hijab. Gee*Eight melakukan inovasi dari berbagai aspek, yaitu dalam inovasi manajemen, inovasi teknologi yang digunakan, inovasi produk serta inovasi pelayanan. Gee*Eight mengembangkan sistem kerjasama *partnership* dengan para investor dalam hal penambahan titik toko di beberapa daerah untuk mengembangkan produk-produknya, dalam hal ini termasuk Naeema Hijab. Dalam meminimalisir risiko, setiap produksi per bulannya dibuat sampel per artikel sebelum diproduksi massal. Setelah perwakilan anggota setiap divisi merasa cocok baru kemudian diproduksi massal.

Kinerja bisnis Gee*Eight dalam hal ini *sales/revenue*, meskipun masih dibawah target perusahaan, tetap berjalan positif untuk pengembangan produk Naeema Hijab. Tingkat *employment* perusahaan mengalami peningkatan dibandingkan pada awal berdirinya perusahaan. Pada kegiatan bisnisnya semua *brand* Gee*Eight dikerjakan bersama oleh satu tim. Kinerja bisnis perusahaan Gee*Eight sejauh ini masih belum efektif, terutama dalam hal produksi dan promosi. Sedangkan dari segi tingkat efisiensi, kinerja bisnis perusahaan Gee*Eight sejauh ini cukup efisien, karena *budget* diusahakan untuk proyek dan waktu yang tepat.

Gee*Eight memiliki tingkat adaptivitas yang cukup tinggi. Gee*Eight selalu mengupayakan untuk mempunyai apa yang konsumen inginkan. Naeema Hijab adalah salah satu contoh *brand* yang dikembangkan PT. Gee Eight Indonesia karena melihat fenomena *trend* hijab yang semakin marak di Indonesia. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa peran *entrepreneurial action* dalam hal inovasi dan kinerja bisnis untuk pengembangan produk Naeema Hijab berjalan positif.

Kata kunci: fesyen, merek lokal, inovasi, kinerja bisnis, pengembangan produk.