

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang *business plan* pada usaha pakaian muslim HayNonna di Kabupaten Pekalongan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis *business plan* usaha HayNonna melalui beberapa pendekatan, antara lain: aspek pasar pemasaran, sumber daya manusia, manajemen, operasional, keuangan, hukum, ekonomi dan lingkungan.

Dalam penelitian ini menggunakan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik analisis yang dilakukan adalah analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) untuk mengevaluasi internal dan eksternal perusahaan. Penelitian ini dilakukan secara langsung pada objek, terutama dalam upaya mengumpulkan data dan berbagai informasi yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha HayNonna merupakan usaha yang berada dalam pasar yang pesat namun belum bisa bersaing karena belum menjangkau pasar secara optimal sehingga strategi yang ingin dilakukan adalah ekspansi pasar dengan melalui beberapa upaya rencana yaitu: mengoptimalkan pemasaran melalui sosial media marketing dan e-commerce marketing, peningkatan kualitas produk, melakukan inovasi desain produk melakukan manajemen usaha secara efektif dan efisien, serta melakukan peningkatan kualitas pelayanan. Dari segi keuangan, kinerja keuangan HayNonna menunjukkan potensi pertumbuhan yang menjanjikan. Dalam kurun waktu satu tahun, HayNonna berhasil mencatat omzet sebesar Rp 40.579.000 dengan laba bersih sebesar Rp 6.996.710. Dengan rencana strategis yang telah dirancang, diharapkan angka-angka ini dapat meningkat di masa mendatang.

Kata kunci: Business Plan, Kelayakan Bisnis, Usaha Pakaian muslim