

RINGKASAN EKSEKUTIF

Seiring dengan perubahan zaman dan teknologi yang sejalan dengan jumlah pangsa pasar pakaian muslimah yang besar di Indonesia. Mendorong banyak individual untuk menciptakan inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan pakaian olahraga muslimah. Terutama ketika kebutuhan pakaian olahraga muslimah menjadi sebuah trend yang meluas di kalangan masyarakat.

Memasuki tahun 2000, jumlah pengguna hijab di Indonesia meningkat dan akan terus bertambah dalam jangka panjang demikian juga dengan kebutuhan konsumen dalam bidang *apparel*. Disisi lain, pada beberapa tahun terakhir, masyarakat mulai memiliki *awareness* terhadap *healthy lifestyle* dan mulai lebih menjaga kesehatan mereka. Kedua faktor ini menyebabkan meningkatnya permintaan masyarakat terutama wanita muslimah terhadap pakaian olahraga di satu sisi industri pakaian olahraga muslimah memiliki tingkat persaingan yang masih rendah. Peluang terbesar REYD adalah adanya besaran pasar di Indonesia dengan angka yang menggiurkan yaitu 44.500.000 pengguna hijab. REYD fokus pada target muslimah berusia 18-35 tahun berdomisili di Jabodetabek dengan kebiasaan olahraga 1-2 kali satu minggu. Maka besaran pasar REYD adalah sebesar 274.409 orang.

Berbagai pandangan muncul tentang penggunaan hijab saat berolahraga. Mulai dari pengguna hijab yang tidak berolahraga, pengguna hijab yang mengeluh dengan hijabnya saat berolahraga dan yang terakhir pengguna hijab yang membuka hijabnya saat berolahraga. Dari pandangan ini, muncul sebuah ide untuk membuat hijab dan pakaian olahraga untuk muslimah. Tujuan dari produk REYD adalah menyediakan pakaian olahraga muslimah yang nyaman dan *fashionable*. Selama empat bulan beroperasi, REYD telah berhasil mencapai target sales untuk varian produk Hijab dan mendapatkan *sales revenue* sebesar Rp7.651.000.

Kata Kunci	:	Pakaian olahraga, Muslimah, Perempuan, Hijab, dan Fashionable
Bidang Usaha	:	Fashion

EXECUTIVE SUMMARY

Along with era and technology change, human's necessity will increase. many individuals are encourage to create an innovation to meet society's needs. especially when the needs becomes a widespread trend among the masses.

Entering year 2000, hijab user in Indonesia is increasing and will continue to grow in long term as well as their needs in apparel. On the other hand, in the past few years, people starting to have awareness in healthy lifestyle and begin to maintain their health. The two factor is the reason increase in demand mainly for muslimah in sportswears, neverless the industry is still new with just a few local competitor.

REYD biggest opportunity is the existence of the market in Indonesia with a fantastic number of 44.5 million users of the hijab. REYD focused one targetmarket which Muslim women aged 18-35 years domiciled in Greater Jakarta with exercise habits 1-2 times a week then the market size REYD is 274.409 people.

Plenty of problem that occur because muslimah wearing non-sport apparel especially in hijab apparel. Noticing opportunity in this industry, that's how REYD is formed, a company that work in muslimah sportswears industry. By using new innovation both in choosing the right material and design, therefore REYD is desired to offer muslimah sportswear that comfortable and fashionable. During four months of operation, REYD has successfully achieved sales targets for the Hijab product variants and received Rp7,651,000 in sales revenue.

Keywords	:	Sportswear, Muslimah, Woman, Hijab, and Fashioable
Industry	:	Fashion