

## ABSTRAK

**Oktaviany Nurfajriyati (1215010157):** *Perkembangan Industri Hijab Zoya di Kota Bandung Tahun 2005 – 2023*

Perkembangan industri hijab di Indonesia mengalami peningkatan pesat seiring dengan kesadaran masyarakat muslimah terhadap pentingnya berpakaian sesuai syariat namun tetap modis dan praktis. Di Kota Bandung sendiri memiliki salah satu *brand* hijab yang unik dan memiliki ciri khas, yaitu Zoya. Zoya sebagai salah satu pelopor industri hijab *modern* hadir pertama kali pada tahun 2005 di Kota Bandung di bawah naungan Shafira Corporation. Kehadirannya menjadi titik penting dalam sejarah hijab di *modest fashion* muslim karena mampu mentransformasikan hijab dari simbol ketaatan menjadi representasi identitas dan gaya hidup muslimah kontemporer, khususnya di Kota Bandung sebagai kota pusat industri *fashion* muslim.

Pada penelitian skripsi ini mengkaji dua rumusan masalah, yaitu profil industri Hijab Zoya di Kota Bandung dan perkembangan industri Hijab Zoya di Kota Bandung Tahun 2005 – 2023. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara historis mengenai profil industri Hijab Zoya di Kota Bandung dan perkembangan industri Hijab Zoya serta menganalisis dinamika pertumbuhannya selama hampir dua dekade terakhir. Penelitian ini menggunakan metode penelitian sejarah melalui empat tahapan utama yaitu heuristik (pengumpulan sumber), kritik (analisis keaslian dan kredibilitas), interpretasi (penafsiran makna), dan historiografi (penulisan sejarah).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri Hijab Zoya di Kota Bandung berdiri pada tahun 2005 dengan dasar awal bentuk iniasi syiar Islam. Hijab Zoya yang bertumbuh menginjak dua dekade tidak lepas dari sejarah latar belakang berdirinya, makna nama Zoya dengan visi dan misinya yang menjadi nilai-nilai Zoya dalam derap langkah perusahaan sejauh ini. Kemudian Zoya terus mengalami ekspansi hingga memiliki posisi secara administratif dan geografis dengan adanya titik lokasi *offline store* Zoya di Kota Bandung khususnya, bahkan merambah ke toko *online* agar dapat menjangkau konsumen lebih banyak lagi.

Hijab Zoya menjadi *pioneer* di Kota Bandung. Dengan kehadiran Hijab Zoya berhasil menjadi *brand* hijab terkemuka di Indonesia karena koleksi produknya yang terus berkembang dan dibarengi peran dari para Brand Ambassador dan diadakan kerja sama melalui kegiatan sponsorship. Kemudian dalam perjalanannya, *brand* Hijab Zoya mengalami fase demi fase perkembangannya. Adapun strategi-strategi inovatifnya seperti digitalisasi pemasaran, peluncuran produk hijab bersertifikat halal, hingga keterlibatannya dalam isu sosial kemanusiaan seperti dukungan terhadap pandemi Covid-19 hingga bantuan ke Palestina. Perkembangan industri Hijab Zoya tentu membawa pengaruh dan hadirnya menemani muslimah berhijab menjadi bagian kontribusi Hijab Zoya bagi umat dan masyarakat secara luas. Dengan begitu, memunculkan beragam respon dari masyarakat mengenai perkembangan Hijab Zoya di Kota Bandung itu sendiri yang berperan dalam sejarah dan juga peradaban Islam.