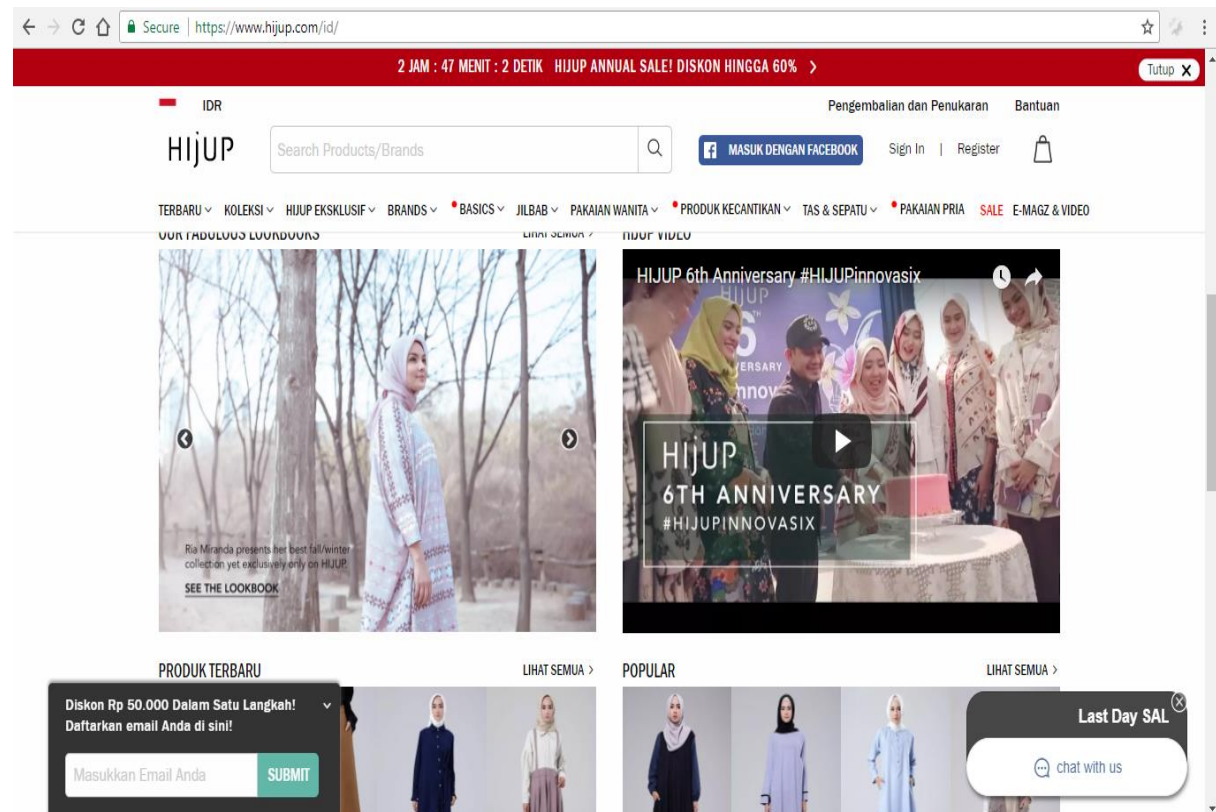


Nama : Alfida Anggreini

NIM : 09031381419106

HijUp.com, E-Commerce Fashion Muslim yang Mendunia



Cost Reductions : Dengan adanya HijUp.com Teknologi Informasi memungkinkan perusahaan mengurangi biaya dikarenakan perusahaan tidak menyewa tempat, perusahaan tidak ada karyawan yang banyak/semacam spg yang untuk dibayar. Melainkan perusahaan hanya menyediakan sistemnya, platformnya, customer service yang menghubungi lewat telfon, email, social media dan lain-lain.

Relationship With Suppliers and Customers : Hijup.com menawarkan beberapa jasa pada brand-brand Islamic Fashion di Indonesia. Hijup.com merupakan e-commerce Islamic Fashion pertama di dunia. Dalam waktu satu tahun telah berhasil mencapai 1.5 juta visitor (dataper Januari 2013) awal-awal baru ada 14 fenant yang sudah bergabung, sampai sekarang sudah ada 70 brand. Istilahnya perusahaan sebagai wadahnya, bukan tenannya.

New Products : tentu saja HijUp.com menjadi katalisator di Indonesia sebagai pusat busana mulim dunia. Harus memiliki kreatif karena untuk menjadi pusat fashion itu harus ada banyak desainer yang membuat desain-desain baru, bukan sekedar mengcopy, kalau mengcopy jatuhnya jadi terlalu masif dan sama dan itu tidak baik untuk ekosistemnya nanti value-nya yang akan berkurang kalau tidak unik. Dan brand

yang masuk ke HijUp.com harus memiliki karakter yang kuat dari brand-nya, tidak sekadar ikut-ikutan.

Competitive Intelligence : Hijup.com membesarkan brand Indonesia, mereka tidak bisa menerima brand dari luar. Karena mereka harus bisa merebut pasar Indonesia sendiri. Sayang kalau misalnya Hijup.com masukkan brand luar karena dengan kapasitas yang sangat baik. Tapi taste masih taste luar harusnya Indonesia mengembang taste-taste sendiri yang memang sudah tahu harusnya pasarnya bagaimana. Karena apa?karena mayoritas pasarnya itu ada di Indonesia.

Innovative Applications : Trusted: HijUp.com ada untuk memberikan produk yang baik, maka kegiatan kurasi dan quality control dijalankan secara cermat. Dengan begitu, rekomendasi yang kita berikan adalah rekomendasi yang dapat dipercaya, sehingga customer tidak repot lagi dalam mencari produk fashion yang berkualitas.

Helpful: HijUp.com mengedepankan nilai helpful. Tujuan perusahaan ini adalah dapat bermanfaat bagi sebanyak-banyaknya manusia di dunia. Elemen utama perusahaan ini adalah manusia, bagaimana para karyawan, tenant, dan customer mendapatkan pelayanan yang maksimal.

Empower: HijUp.com memiliki tujuan untuk memberdayakan muslimah. Sesuai dengan tagline “Be Fabulous with HijUp!” dan kampanye “Get Upwith Your Hijab”, Ajeng ingin para muslimah berhijab mampu berkarya secara maksimal dari segi look, moral, dan spirit.

Competitive Weapons : Hijup.com meyediakan sistemnya, platformnya, customer service yang menghubungi lewat telfon, email, social media dan lain-laim. Perusahaan mengolah untuk menjadi bukan hanya software yang sifatnya satuan untuk klien tapi mereka mengunggah 1 platform yang bisa digunakan banyak orang. Akhirnya terbentukla Hijup.com.

Change In Processes : HijUp.com merupakan e-commerce Islamic fashion pertama di dunia. Dalam waktu satu tahuntelah berhasil mencapai 1,5 juta visitor (data per Januari 2013). Jumlah tersebut meliputi pengunjung dari dalam dan luar negeri. Video tutorial hijab yang dipublikasi lewat channel Youtube pun ditonton lebih dari 8 juta lebih penonton (per Januari 2013).

Berkat kegigihannya, akhirnya lahirlah sebuah buku berjudul HIJUPRENEUR yang menceritakan “Why&How” Diajeng Lestari membangun HijUp.com dari nol sampai menjadi e-commerce Islamic fashion pertama dan terbesar di Indonesia saat ini, bahkan dunia. Buku dari penerbit QultumMedia tersebut rencananya akan di-launch dalam waktu dekat.

Link With Business Partners : Hijup.com beberapa kali brand luar pernah ada yang mau masuk, seperti Dubai, Malaysia, dan India, bahkan ada yang sampai datang ke kantor juga. Dari Dubai, dia meminta masuk ke HijUp.com. Dan hijup.com menjadi brand fashion Muslim di Indonesia menjadi mendunia