

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Penerapan Manajemen Strategi Pengembangan Usaha Pada Aida Branded Matahari Store” ditulis oleh Khanifatul Alimah, NIM 12405183386, dosen pembimbing Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurangnya perhatian dari pebisnis atau pemilik usaha pada penerapan manajemen strategi dalam usahanya, padahal perhitungan menggunakan aspek manajemen strategi ini dapat mempengaruhi proses pengembangan usaha dan proses pemasaran. Terkait dengan berlangsungnya gelombang mode *trend fashion* khususnya di Indonesia menjadi salah satu fokus yang harus diteliti oleh pemilik usaha dibidang ini. Sektor *fashion* menjadi salah satu sektor penting yang harus tetap bertahan hingga era sekarang ini. Strategi yang tepat dapat dikombinasikan dengan efisien baik secara offline maupun secara online. Secara offline dibutuhkan kemampuan seperti penjualan dengan bazar secara periode. Sedangkan secara online bisa menggunakan media online untuk meningkatkan penjualan produk dan agar konsumen terdorong lebih sering berbelanja. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penerapan manajemen strategi pada Aida Branded Matahari Store beserta kendala dan solusi yang dihadapi oleh Aida Branded Matahari Store.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan Aida Branded Matahari Store yang bertempat di Desa Mojosari Kecamatan Kras Kabupaten Kediri sebagai tempat penelitian. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis Miles dan Huberman meliputi reduksi data, penyajian data hingga penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini yakni 1) Penerapan manajemen strategi pada analisis faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan. Sedangkan dalam faktor eksternal meliputi tantangan dan peluang. Secara keseluruhan Aida Branded Matahari Store mampu menangani faktor tersebut dengan baik. 2) Kendala yang dialami oleh Aida Branded Matahari dalam mengembangkan usahanya berupa kekurangan stok barang, maka solusi yang harus dilakukan oleh Aida Branded Matahari terdapat dua jenis strategi yang tepat yakni mencari *supplier* tambahan dan kendala kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh Aida Branded Matahari dapat diatasi dengan kesigapan bagian admin mempelajari sistem *adsense* baik pada media sosial *facebook*, *shopee* maupun *Instagram*.

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Pengembangan Usaha, Aida Branded Matahari Store

ABSTRACT

Thesis under the title "Application of Business Development Strategy Management at Aida Branded Matahari Store" was written by Khanifatul Alimah, NIM 12405183386, Supervisor Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I

This research is motivated by the lack of attention from business people or business owners on the implementation of strategic management in their business, whereas calculations using this aspect of strategic management can affect the business development process and marketing process. Related to the ongoing wave of fashion, fashion trends, especially in Indonesia, are one of the focuses that must be investigated by business owners in this field. The fashion sector is one of the important sectors that must survive until today. The right strategy can be combined efficiently both offline and online. Offline skills are needed, such as sales at the bazaar on a periodic basis. While online, you can use online media to increase product sales and so that consumers are encouraged to shop more often. The purpose of this study was to determine the implementation of strategic management at Aida Branded Matahari Store along with the constraints and solutions faced by Aida Branded Matahari Store.

The research method used in this study is a type of qualitative research method using a descriptive approach. In this study, researchers made Aida Branded Matahari Store located in Mojosari Village, Kras District, Kediri Regency as a research site. While the data collection technique used is the method of observation, interviews and documentation. The data analysis technique used in this research is the Miles and Huberman analysis method covering data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The results obtained from this study are 1) Implementation of strategic management in internal factor analysis which includes strenghts and weakness. While the external factors include thread and opportunities. Overall Aida Branded Matahari Store is able to handle these factors well. 2) Constraints experienced by Aida Branded Matahari in developing its business are in the form of a shortage of stock of goods, then the solution that must be carried out by Aida Branded Matahari there are two types of appropriate strategies, namely looking for additional suppliers and the problem of lack of promotional activities carried out by Aida Branded Matahari can be overcome by the alertness of the admin section to study the adsense system both on social media facebook, shopee and Instagram.

Keywords: Strategic Management, Business Development, Aida Branded Matahari Store