

**LAPORAN SKRIPSI**

**STRATEGI BISNIS *ONLINE SHOP* YOUNG FASHION  
DENGAN ANALISIS SWOT**



**TING MARIA YESSICA FEBRIANTI**

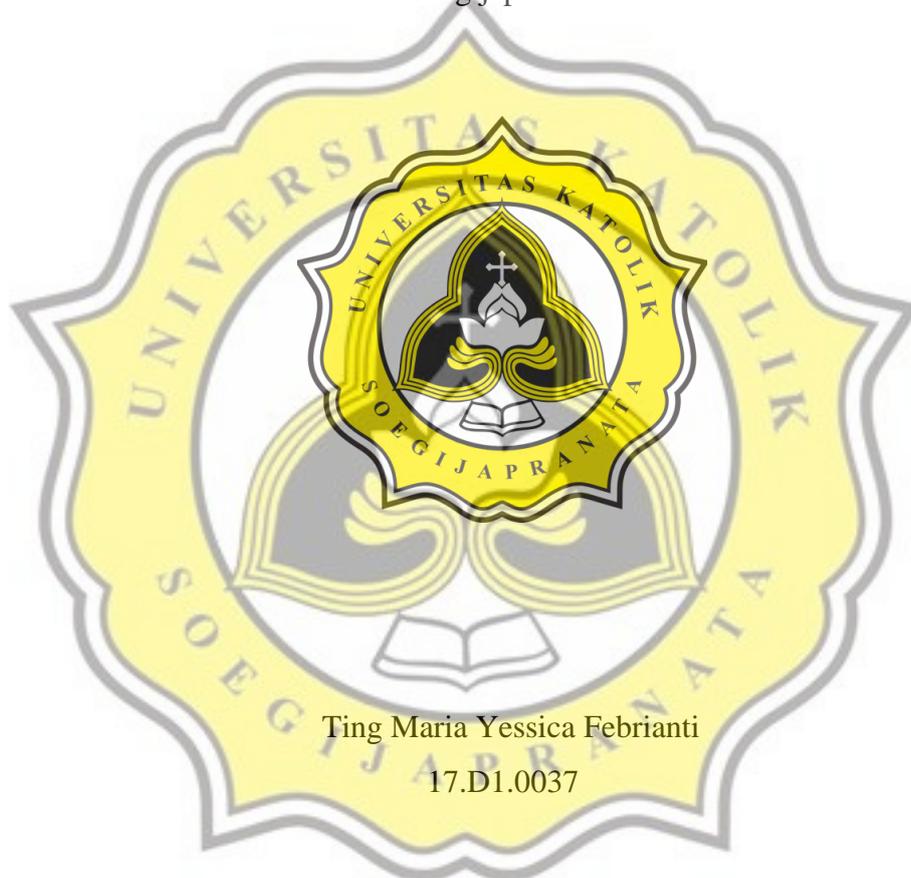
**17.D1.0037**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2024**

**LAPORAN SKRIPSI**  
**STRATEGI BISNIS *ONLINE SHOP* YOUNG FASHION**  
**DENGAN ANALISIS SWOT**

Diajukan untuk Memenuhi Syarat guna Mencapai Gelar Sarjana (S1) pada  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik  
Soegijapranata



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**  
**SEMARANG**  
**2024**

## ABSTRAK

Perkembangan bisnis berjalan dengan sangat pesat, terutama untuk bisnis yang bergerak di bidang *fashion* atau mode karena dunia *fashion* sangat populer saat ini oleh karena itu persaingan yang berat sangat dirasakan oleh Young Fashion. Dalam menghadapi ketatnya persaingan di industri *fashion* ini, membuat Young Fashion harus berpikir keras untuk bertahan dan bisa terus berkembang dengan menggunakan strategi yang tepat. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah strategi apakah yang tepat dan efektif untuk Young Fashion. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyusun dan menetapkan strategi bisnis sehingga Young Fashion dapat mengembangkan bisnisnya untuk jangka waktu yang lama.

Pengembangan bisnis ini dilakukan dengan menganalisis faktor internal dan eksternal yang diperoleh dari Young Fashion. Responden pada penelitian ini berjumlah 11 orang yang terdiri dari 1 orang sebagai pemilik dari Young Fashion dan 10 orang konsumen Young Fashion. *Purposive sampling* menjadi teknik pengambilan sampel yang diaplikasikan pada penelitian ini. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari hasil wawancara dan kuesioner yang diajukan. Alat analisis yang digunakan untuk mengolah data adalah matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, analisis SWOT, dan analisis QSPM.

Dari perhitungan matriks IFE dan EFE diperoleh matriks IE Young Fashion pada sel V yaitu pada posisi menjaga dan mempertahankan dengan melakukan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Hasil dari analisis SWOT menghasilkan sepuluh alternatif strategi yang setelah itu akan dipilih strategi yang terbaik untuk Young Fashion dengan menggunakan analisis QSPM. Hasil dari analisis QSPM adalah memperkuat usaha melalui kelebihan produk dengan menjual produk yang beragam, model kekinian, kualitas unggul, harga yang kompetitif.

Kata kunci: matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, analisis SWOT, analisis QSPM