

ABSTRAK

Persaingan industri *fashion accessories* di Indonesia terus mengalami peningkatan. Banyak usaha-usaha sejenis yang bermunculan untuk bisa menjadi nomor satu di pasar Indonesia. Melihat persaingan tersebut maka muncul salah satu merek Chainforeal yang bergerak dalam industri *fashion accessories*. Penelitian ini dibuat untuk menganalisis pengembangan dari segala aspek mulai dari operasional, sumber daya manusia, pemasaran, dan keuangan. Tujuan dari penelitian ini ialah bisa terlihat seberapa jauh perkembangan yang telah dilakukan oleh Chainforeal dalam 5 bulan terakhir pada industri ini.

Detail dari segala aspek tersebut bisa dilihat secara umum disebuah rancangan strategi pada *Business Model Canvas* serta *Action Plan* yang dilakukan manajemen Chainforeal. Usaha ini bergerak di Kota Semarang dengan cakupan pasar Indonesia melalui *online*. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis sehingga bisa terlihat pergerakan yang telah dilakukan oleh Chainforeal.

Hasil dari penelitian selama 5 bulan terakhir mulai dari bulan November 2020 – Maret 2021 ini menunjukkan bahwa usaha Chainforeal layak dalam menjalankan usahanya. Hasil akhir dari penelitian ini Chainforeal telah mampu produksi 26 macam produk serta memiliki tingkat *return of investment* sebesar 3% dan tingkat *payback period* yaitu 4,88 bulan.

Kata Kunci : pengembangan bisnis, aspek operasional, aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek pemasaran, aspek legalitas, aspek sosial dan ekonomi