

ABSTRAK

SALSABILA NURUL AZIZAH. 021121051. Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Metode *Business Model Canvas* dan Analisis SWOT pada Toko Alat Tulis Salsa & Alya. Di bawah bimbingan: FREDI ANDRIA dan SALMAH. 2025.

Persaingan dalam industri alat tulis semakin ketat dengan adanya perubahan perilaku konsumen yang mulai beralih ke belanja *online* serta meningkatnya persaingan dari *e-commerce* dan Toko Alat Tulis lainnya. Toko Alat Tulis Salsa & Alya merupakan salah satu UMKM yang menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saingnya akibat keterbatasan dalam pemasaran digital serta sistem operasional yang masih konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis yang diterapkan Toko menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) serta mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi usaha melalui analisis SWOT.

Penelitian ini menggunakan metode dekriptif kualitatif, dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik usaha dan pengelola, observasi langsung terhadap operasional Toko, serta penyebaran kuisisioner kepada pelanggan. Hasil BMC digunakan untuk memahami struktur bisnis yang telah diterapkan, sementara analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Toko serta mengidentifikasi aspek yang perlu dikembangkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Alat Tulis Salsa & Alya memiliki kekuatan pada lokasi yang strategis, harga produk yang terjangkau, serta variasi produk dan jam operasional yang fleksibel. Namun, kelemahan toko terletak pada sistem operasional yang masih manual, keterbatasan layanan tambahan, dan belum aktifnya promosi digital. Peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi tingginya preferensi konsumen terhadap toko fisik, potensi kerja sama dengan sekolah/kantor, serta minat terhadap diversifikasi produk dan digitalisasi layanan. Sementara itu, ancaman yang dihadapi meliputi persaingan dari toko *online*, penurunan kebutuhan alat tulis karena digitalisasi, dan perubahan perilaku belanja konsumen. Strategi pengembangan yang dirumuskan melalui matriks SWOT terdiri dari strategi SO, WO, ST, dan WT, yang secara umum menekankan pentingnya digitalisasi layanan, diversifikasi produk, peningkatan sistem operasional, dan pemanfaatan kekuatan toko fisik untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi pengembangan usaha berbasis analisis model bisnis secara praktis bagi pelaku UMKM.

Kata kunci : strategi pengembangan bisnis, UMKM, *business model canvas*, SWOT