

## ABSTRAK

CV Sarana Cipta Sandang adalah perusahaan konveksi yang memproduksi berbagai barang fashion, namun lebih difokuskan untuk fashion/busana muslim dan muslimah. Maraknya kebutuhan dan persaingan dalam bisnis konveksi ini mengharuskan CV Sarana Cipta Sandang untuk mengembangkan strategi bisnisnya untuk tetap berada di pasar dan dipercaya oleh para konsumennya. Dalam penelitian ini strategi pengembangan bisnis dilakukan melalui analisis *Business Model Canvas* dan SWOT. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui keadaan bisnis model bisnis dari CV Sarana Cipta Sandang saat ini, lalu dilakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor kekuatan dan kelemahan organisasi serta peluang dan ancaman lingkungan luar organisasi. Setelah itu dirancang *Business Model Canvas* baru yang nantinya akan menjadi acuan untuk perancangan strategi pengembangan bisnis untuk CV Sarana Cipta Sandang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Pada penelitian ini terdapat 4 narasumber, yaitu owner dari CV Sarana Cipta Sandang, 2 kompetitor CV Sarana Cipta Sandang, dan expert di bidang konveksi dan tekstil. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan informasi di bidang strategi pengembangan bisnis dan dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi CV Sarana Cipta Sandang agar bisa terus mengembangkan bisnisnya.

Kata Kunci : Manajemen Strategi, *Business Model Canvas*, Analisis SWOT