

ABSTRAK

KoroHOUSE merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri kreatif dengan konsep menjadi platform media dan promosi properti dengan menguatkan unsur kreatif seperti membuat video *review*, konten-konten lain yang berkaitan dengan properti. KoroHOUSE dimulai pada tahun 2018, KoroHOUSE memiliki beberapa permasalahan yang dihadapi. Pada faktor internal, KoroHOUSE masih belum mendapatkan hasil dari bisnisnya kemudian KoroHOUSE masih kesulitan untuk mendapatkan *client* untuk kerjasama promosi properti. Pada segi eksternal perusahaan KoroHOUSE, terdapat hubungan pelanggan yang kurang memuaskan dan juga masih belum maksimalnya pelayanan yang bisa diberikan oleh KoroHOUSE kepada calon *buyer* dan *client*.

Model bisnis merupakan cara untuk merancang strategi bisnis dengan cara memetakan dan memvisualisasikan peta model bisnis secara keseluruhan. Salah satu metode yang digunakan adalah pendekatan *business model canvas* (BMC) melalui analisis *SWOT* terhadap sembilan blok pada BMC, yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *cost structure*, *key activities*, *key partnerships* dan *key resources*. Tujuannya adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki KoroHOUSE. Selanjutnya adalah merancang strategi model bisnis usulan dengan mempertimbangkan aspek analisis lingkungan, *customer profile* untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang akan mempengaruhi model bisnis.

Langkah terakhir pada penelitian adalah merancang model bisnis baru dengan Sembilan blok BMC.

Kata kunci: *Bisnis Model, Business Model Canvas, SWOT, Customer profile, Value propositions canvas.*