

## ABSTRAK

Toko Kue Omahku merupakan sebuah UMKM pada bidang pangan dan mulai merintis usaha pada tahun 2022. Toko Kue Omahku memiliki banyak jenis produk camilan, salah satunya ialah *snack box*. Penjualan produk *snack box* Toko Kue Omahku tidak mencapai target penjualan bulanan. Hal tersebut terjadi karena beberapa faktor diantaranya *men*, *market*, *man* dan *promotion*. Toko Kue Omahku memiliki potensi besar untuk menghasilkan produk *snack box* dengan kualitas tinggi dan dapat memperluas target pasar pasca pandemi *Covid-19* dimana masyarakat sudah dapat menggelar acara luring dan menjadikan *snack box* sebagai makanan pendamping acara tersebut. Dalam penelitian ini, dilakukan perancangan strategi bisnis yang tepat dengan metode *Business Model Canvas* (BMC) untuk Toko Kue Omahku dengan harapan pembaharuan model bisnis dapat menjadi sebuah solusi dan pemecah masalah yang dihadapi. Metode penelitian tersebut dipilih karena model bisnis dapat mempermudah dalam menjelaskan, menilai, memvisualisasikan komponen bisnis secara simultan supaya menghasilkan kinerja bisnis yang lebih baik. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan usulan penambahan aktivitas pada model bisnis sebagai berikut: Penambahan jenis kue dan minuman baru ke dalam menu, pembuatan akun sosial media *Instagram*, pencetakan *box* dengan desain yang telah diusulkan, melakukan rekrutasi karyawan, dan pengadaan biaya darurat. Usulan pada blok lain yang tidak menjadi prioritas dapat diimplementasikan pada periode berikutnya.

**Kata kunci:** UMKM, model bisnis, *Business Model Canvas* (BMC)