

ABSTRAK

Perusahaan Svental adalah sebuah perusahaan industri *fashion* yang akan didirikan untuk memenuhi hasrat para *traveler/backpacker*, penjelajah alam, pecinta alam, dan para petualang akan gaya berbusana yang berdomisili di Kota Bandung, Jawa Barat. Saat ini Svental masih dalam tahap pendirian sebuah perusahaan dan membutuhkan strategi untuk menemukan target pasar yang sesuai dengan nilai produk yang akan ditawarkan. Dengan melihat kondisi dan kapabilitas perusahaan yang memiliki keterbatasan finansial dan sumber daya, serta kebutuhan model bisnis yang mudah dipahami dan diterapkan oleh pemilik, maka dibutuhkan adanya sebuah model bisnis yang sederhana namun cukup detail untuk membantu memetakan, merancang, dan mengarahkan komponen apa saja yang dapat mendukung Svental dalam proses pendirian perusahaannya.

Perancangan model bisnis Svental pada penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *Business Model Canvas*. *Business Model Canvas* adalah alat bantu yang digunakan dalam memetakan sembilan blok elemen yang terhubung dengan perusahaan baik pada masa produksi maupun masa penjualan.

Hasil dari penelitian ini adalah sembilan blok elemen Canvas, yaitu *customer segments* berusia 15-45 tahun, penggemar *traveling*, penyuka kegiatan *outdoor*, dan berjiwa petualang. *Value propositions* yang ditawarkan berupa produk berkualitas yang kuat dan awet, berbahan ringan dan nyaman, serta desain dan fitur yang menarik. *Channels* yang digunakan berupa media sosial dan komunitas, *customer relationships* menggunakan *customer service* dan komunitas. *Revenue streams* perusahaan ini didapat melalui hasil penjualan produknya. Aktivitas utama perusahaan berupa pengadaan bahan baku, proses produksi, proses produk jadi, pemasaran dan penjualan yang didapat melalui pendekatan *value chain* Porter. Sumber daya utama terbagi menjadi sumber daya manusia dan fisik. *Key partnerships* atau mitra bisnis utama Svental adalah toko penyedia bahan baku, konveksi, vendor *packaging*, dan jasa pengiriman barang. Struktur biaya berupa rincian biaya aktivitas utama, sumber daya utama, dan mitra bisnis utama.

Kata kunci: Model Bisnis Kanvas, SWOT, Identitas Merek, Rantai Nilai, Fashion