

ABSTRAK

UMKM Tasya Collection (TC) merupakan sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak pada bidang fesyen yang terletak di JL. P. Dewata, Setia Mulya, Tarumajaya, Bekasi Jawa Barat. Konveksi merupakan salah satu bisnis di bidang fesyen yang biasanya memproduksi pakaian dalam partai besar sesuai dengan permintaan konsumen. Hal yang mendasari bisnis ini dijalankan adalah melihat dari potensi usaha konveksi itu sendiri dimana saat ini permintaan pasar sangat tinggi namun kompetitornya masih rendah. Namun, penjualan yang dilaksanakan masih bersifat konvensional sehingga sedikit mempersulit usaha ini untuk bisa mengekspansi bisnisnya. Selain itu saat ini pasar sasaran dari UMKM TC belum menyentuh pasar remaja, atau anak-anak muda saat ini, padahal pasar tersebut mempunyai potensi yang besar untuk bisa dimanfaatkan agar bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal. Salah satu metode untuk bisa menggambarkan bagaimana model bisnis dari suatu perusahaan adalah dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC) dimana *owner* dari perusahaan dapat melihat 9 komponen penting yang dapat mendukung berlangsungnya usaha. Penelitian ini dimulai dengan menyusun business model canvas eksisting, data lingkungan bisnis, *customer profile*, data kuisisioner dengan karyawan, dan hasil wawancara dengan pelanggan perusahaan. Data tersebut dikumpulkan dan diolah untuk bisa mendapatkan hasil SWOT yang digunakan untuk merancang strategi pengembangan bisnis. Usulan dari strategi pengembangan bisnis inilah yang akan ditambahkan untuk bisa menjadi business model canvas usulan dari UMKM TC. Tahap penilaian model bisnis juga dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan yang menggambarkan kondisi model bisnis perusahaan sehingga pemilik dapat mengetahui apa saja yang harus ditambahkan, dikurangkan, ditingkatkan, dan tetap.

Kata kunci: *Business Model Canvas, Analisis Lingkungan Bisnis, Customer Profile, SWOT, Model Bisnis, Industri Fesyen*