

ABSTRAK

Mahardika merupakan perusahaan yang menjual produk makanan seperti *burger*, *hotdog*, kebab dan sosis, dan sudah berdiri sejak tahun 2015 hingga sekarang. Saat ini Mahardika mempunyai lima cabang dan tiga armada yang berjualan di Sumedang dan sekitarnya. Selain itu, Mahardika juga merupakan pemilik waralaba yang menyediakan peluang bisnis waralaba untuk produk yang sama. Tahun 2020, Mahardika mengalami penurunan pendapatan yang signifikan. Hal ini antara lain disebabkan oleh salah fokus dalam pelaksanaan pemasaran, dan selain itu, Mahardika juga mengalami masalah keterbatasan sumber daya manusia. Agar Mahardika dapat mempertahankan keberlanjutan usahanya di lingkungan yang cepat berubah seperti saat ini, diperlukan evaluasi atas model bisnisnya. Penelitian ini akan melakukan evaluasi model bisnis pada Mahardika menggunakan *business model canvas*. Untuk melakukan evaluasi, data pertama yang diperlukan adalah data model bisnis saat ini, yang dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik Mahardika ditambah dengan observasi. Data kedua adalah data *customer profile*, yang dikumpulkan melalui wawancara dengan sepuluh pelanggan Mahardika, dan data ketiga adalah data analisis lingkungan bisnis yang dikumpulkan melalui studi literatur. Ketiga data tersebut digunakan sebagai masukan untuk melakukan analisis SWOT dan merumuskan strategi. Langkah berikutnya adalah menentukan *value proposition* dan melakukan proses pencocokan antara *value proposition* dan *customer profile* yang telah diidentifikasi, dilanjutkan dengan proses perancangan *business model canvas* usulan untuk Mahardika. Beberapa perbaikan yang diusulkan sebagai hasil dari proses evaluasi yang dilakukan adalah: meningkatkan variasi menu dengan adanya menu *create your own*, kolaborasi menu Mahardika dengan tahu Sumedang dan menu *frozen food*, meningkatkan pemesanan *online*, meningkatkan penggunaan media sosial dengan memperbaiki konten pemasaran, menciptakan penggunaan dompet digital, menciptakan produk yang bersertifikat halal, memperbarui desain kemasan, menciptakan program *catering* untuk memperluas target pasar yang berkolaborasi dengan agen travel sebagai pengisi konsumsi di kegiatan *study tour*, meningkatkan kualitas SDM Mahardika, serta meningkatkan hubungan baik dengan mitra.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*, *Customer Profile*, Analisis Lingkungan Bisnis, Analisis SWOT