

ABSTRAK

HALMADE adalah salah satu *brand* tas rajut yang berasal dari kota Bandung yang berdiri pada tahun 2014. Halmade memproduksi tas rajut untuk pria dan wanita mulai dari *hand bag*, *ransel bag*, *sling bag*, hingga aksesoris seperti dompet. Lokasi Halmade ini terletak di Jl. Suplier I No.62, Kelurahan Kencana, Kecamatan Rancaekek, Bandung. Meningkatnya akan kebutuhan dan persaingan dalam bisnis ini mengharuskan HALMADE untuk mengembangkan strategi bisnisnya untuk mempertahankan dan memperluas pasar. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Business Model Canvas* dan SWOT. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran model bisnis saat ini dari HALMADE, lalu dilakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, setelah itu melakukan perancangan model bisnis baru yang selanjutnya akan menjadi acuan untuk perancangan strategi pengembangan bisnis HALMADE. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini terdapat 3 narasumber, yaitu owner HALMADE dan 2 kompetitor HALMADE. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan wawasan mengenai *Business Model Canvas* dan dalam bidang strategi pengembangan bisnis. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi HALMADE agar bisa terus mengembangkan bisnisnya.

Kata Kunci : *Analisis Kompetitif, Business Model Canvas, Analisis SWOT*