

## ABSTRAK

Pasar pakaian muslim di Indonesia memiliki potensi yang besar, namun masih perlu digarap dan direncanakan secara optimal. Oleh karena itu, UKM yang memproduksi produk pakaian jadi perlu memanfaatkan peluang tersebut. Kaum Adam merupakan brand fashion muslim untuk pria yang fokus pada desain yang simpel dan kasual dapat digunakan dalam aktivitas apapun atau *ready to wear* termasuk kegiatan keagamaan, tidak hanya digunakan pada waktu-waktu tertentu. Pasar pakaian muslim merupakan pasar yang berkembang saat ini dan memiliki potensi pasar yang lebih luas di Indonesia. Kaum Adam melihat ini sebagai peluang, meskipun pasar ini masih ceruk dan memiliki ancaman dari pesaing baru. Selain Kaum Adam terdapat brand pesaing pakaian muslim pria yang juga fokus pada desain simpel dan kasual. Akan tetapi, Kaum Adam percaya bahwa pembeli memiliki preferensi dan persepsi mereka sendiri tentang positioning produk yang cocok dengan mereka. Maka dari itu, perlu dilakukan analisis SWOT dan *Business Model Canvas* sehingga dapat tercapai keunggulan kompetitif yang diinginkan oleh pelaku usaha.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis Business Model Canvas dan SWOT. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran model bisnis saat ini dari Kaum Adam, 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 Kaum Adam. Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini terdapat tiga narasumber, yaitu owner Kaum Adam dan dua kompetitor Kaum Adam.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat beberapa blok yang menjadi perhatian Kaum Adam untuk menerapkan strategi yang telah dibentuk. Seperti pada *key partnership*, Kaum Adam perlu mengembangkan jaringan dengan selebriti atau *influencer* untuk kegiatan promosi produk. Pada *Key activities*, Kaum Adam dapat fokus pada penjualan media *online* dengan mempromosikan produknya menggunakan *Instagram Ads*. Sejalan dengan digunakannya media digital dalam mempromosikan produk Kaum Adam, pada *Customer Relationship*, Kaum Adam juga perlu memaksimalkan penggunaan media sosial dalam membangun hubungan dengan konsumen. Pada *Channels*, tentu saja fokus saluran sudah lebih terarah pada *social media* dan *marketplace*. Pada *Key Resources*, Kaum Adam perlu merekrut karyawan tetap pada desain produk dan desain grafis agar terciptanya konsistensi dan ciri khas karakteristik desain Kaum Adam. Dengan karakteristik dan ciri khas yang kuat, Kaum Adam dapat menciptakan *signature product* yang dapat menguatkan *brand image* Kaum Adam di mata pelanggannya.

**Kata Kunci:** Analisis Kompetitif, *Business Model Canvas*, Analisis SWOT, Kaum Adam.