

## ABSTRAK

CV Nakhoda Nusantara Grup adalah bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak pada usaha konfeksi dan menjual produk baju. CV Nakhoda Nusantara Grup berlokasi di Gg. Cikondang IV, RT.3/RW.6, Sukaluyu, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40115. Perancangan ini dilakukan sebagai evaluasi model bisnis saat ini pada CV Nakhoda Nusantara Grup karena permasalahan yang dialami oleh CV Nakhoda Nusantara Grup yaitu belum tercapainya target penjualan dari yang diharapkan oleh CV Nakhoda Nusantara Grup. Oleh karena itu, dilakukannya evaluasi model bisnis dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* yang memperhatikan kesembilan blok yang ada di *Business Model Canvas* yaitu *key partnership*, *key activities*, *key resources*, *value proposition*, *customer relationship*, *channels*, *customer segment*, *revenue stream*, dan *cost structure*.

Tahapan awal untuk merancang *Business Model Canvas* usulan adalah dengan melakukan wawancara dengan Bapak Jati Gunawan sebagai pemilik toko CV Nakhoda Nusantara Grup untuk mengetahui permasalahan apa saja yang terjadi di CV Nakhoda Nusantara Grup. Hasil wawancara dengan pemilik toko CV Nakhoda Nusantara Grup Bapak Jati Gunawan didapatkan tiga blok yang bermasalah dan harus segera dilakukan perbaikan yaitu pada blok *channels*, *key activities*, dan *value proposition*. Tahapan selanjutnya adalah melakukan pemetaan *Business Model Canvas* eksisting dari CV Nakhoda Nusantara Grup dengan melakukan wawancara dengan Bapak Jati Gunawan. Tahapan berikutnya adalah melakukan identifikasi *customer profile* berdasarkan kuesioner yang telah disebar dan diisi oleh pelanggan toko CV Nakhoda Nusantara Grup yang nantinya dikategorikan menjadi *customer jobs*, *customer pains*, dan *customer gains*. Tahapan selanjutnya adalah melakukan analisis lingkungan bisnis yang berisikan *key trends*, *market forces*, *industry forces*, dan *macroeconomics forces* dengan menggunakan hasil data studi literatur dan pencarian data di internet dengan tujuan untuk menganalisis peluang dan ancaman yang dimiliki oleh toko. Tahapan berikutnya adalah dilakukannya analisis SWOT dengan menyebarkan kuesioner SWOT kepada pihak internal toko dengan tujuan untuk mendapatkan strategi bisnis yang sesuai. Tahapan selanjutnya adalah membuat *value*

*proposition canvas* dengan mencocokkan *value map* dan *customer profile* yang hasilnya dapat digunakan sebagai strategi dalam pengembangan bisnis untuk CV Nakhoda Nusantara Grup. Tahapan terakhir yang dilakukan yaitu merancang model bisnis usulan terbaik untuk CV Nakhoda Nusantara Grup sebagai bentuk strategi pengembangan bisnis.

Setelah melakukan tahapan awal sampai dengan tahapan akhir yaitu merancang model bisnis usulan terdapat beberapa usulan yang dapat diberikan untuk CV Nakhoda Nusantara Grup diantaranya memperluas *customer segment* dengan menggunakan *e-commerce* dan *google ads* untuk menjangkau *customer* yang lebih luas, dibuatkan sarana *feedback* dari pelanggan untuk karyawan sebagai bahan untuk evaluasi karyawan, memberikan kompensasi kepada pelanggan yang mendapatkan produk cacat produksi, menyediakan variasi model baju agar pilihan baju semakin bervariasi, desain baju yang selalu mengikuti tren *fashion* agar pembeli tidak merasa bosan dengan desain produk baju dari CV Nakhoda Nusantara Grup, memberikan *bundling* promo kepada pembeli, membuka pembayaran secara digital agar memudahkan pembeli dalam melakukan transaksi pembeliannya dan bermitra dengan *google business*.

Manfaat dari hasil rancangan bisnis model dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* ini untuk CV Nakhoda Nusantara adalah toko dapat menggunakan rancangan ini sebagai strategi pengembangan untuk mengembangkan tokonya menjadi lebih baik dari para pesaing toko, lalu manfaat lain dari hasil rancangan ini juga dapat digunakan sebagai contoh pengembangan usaha untuk toko yang bergerak dibidang yang sama.

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