

ABSTRAK

Tren berpakaian memiliki pengaruh terhadap kegiatan ekonomi, bahkan dalam skala negara. Adanya pertumbuhan ekonomi dalam komoditas ekspor pakaian menjadi tanda bahwa pasar yang berhubungan dengan fashion atau gaya berpakaian masih memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan. Penjualan pakaian bekas atau biasa dikenal dengan thrift mulai menjadi sebuah tren yang disebabkan munculnya pergeseran dalam gaya hidup dan budaya konsumsi.

Kurventory.id merupakan salah satu online shop yang menawarkan produk berupa barang-barang second. Selain pakaian bekas, juga menjual beberapa topi bekas, tas bekas, dan sepatu bekas yang masih layak pakai dan kualitas yang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan bisnis Kurventory.id melalui pendekatan Business Model Canvas. Adapun Variabel pada penelitian ini adalah SWOT, Matrix SWOT dan Model Bisnis Canvas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik analisis data seperti wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi.

Setelah mengetahui *Business Model Canvas* dari Kurventory.id saat ini, lalu dilakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman. Kemudian dirancang *Business Model Canvas* baru yang nantinya akan menjadi acuan untuk strategi pengembangan bisnis Kurventory.id. Pada penelitian ini terdapat 4 narasumber, yaitu owner Kurventory.id, 2 kompetitor dari Kurventory.id, dan komunitas Bandung Thrift Weekend.

Kurventory.id dapat memantau dan mengevaluasi kinerja bisnis menggunakan indikator kunci kinerja yang relevan. Analisis data penjualan, kepuasan pelanggan, dan perkembangan pasar akan membantu Kurventory.id untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan mengambil tindakan yang tepat.

Kata kunci: *online shop, thrift, business model canvas, SWOT, Kurventory.id*