

## ABSTRAK

Lestary tenun Lombok merupakan bisnis dibidang *fashion* yang yang terkait dengan produksi dan penjualan tenun khas dari daerah Lombok, Indonesia. Produk yang dihasilkan dari tenun ini adalah *dress, blouse, kemeja* dan kain tenun. Dengan memiliki target pasar usia 17 hingga 55 tahun masyarakat Nusa Tenggara Barat. Lestary tenun Lombok memiliki permasalahan dalam menjalankan bisnis, dengan memiliki akar masalah, yaitu tingkat penjualan tidak tercapai. Serta memiliki faktor-faktor permasalahan, yaitu penjadwalan produksi kurang baik, kurangnya inovasi dalam penciptaan produk, kurangnya promosi yang menarik dan terarah, kurangnya keterampilan pegawai dan kurangnya komunikasi yang efektif antar pegawai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model bisnis Lestary tenun Lombok serta memberikan usulan model bisnis yang dapat menjadi strategi bisnis. Dengan menggunakan *Business Model Canvas* yang dipetakan dalam Sembilan blok. Langkah yaitu mengumpulkan data internal melalui wawancara Bersama pemilik lestary tenun Lombok. Lalu selanjutnya, yaitu mengidentifikasi *customer profile*, yang berisi *pains, jobs, dan gains* yang didapatkan dengan wawancara kepada pelanggan lestary tenun Lombok. Selanjutnya yaitu menganalisis lingkungan bisnis lestary tenun Lombok dengan studi literatur. Lalu selanjutnya mengolah data SWOT sebagai bahan usulan. Selanjutnya penetapan hasil usulan dan identifikasi *fit customer profile* dengan *value map* yang berisi tentang keinginan dari pelanggan. Lestary tenun Lombok mengusulkan pada peningkatan *value propositions* pada produknya dan meningkatkan kualitas. Serta lestary tenun Lombok meningkatkan promosi melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dan melalui *marketplace*. Dengan menerapkan model bisnis yang diusulkan ini diharapkan dapat meningkatkan performa bisnis dan menjadi pilihan terpercaya para pelanggan.

**Kata Kunci** — [Lestary tenun Lombok, *Business Model Canvas, Customer Profile, SWOT*]