

ABSTRAK

Memulai sebuah bisnis *fashion* bukanlah hal yang mudah. Para pemula bisnis dituntut untuk mampu memperhatikan kebutuhan, keinginan serta harapan konsumen agar usahanya terus berkembang dan bertahan. Permintaan para konsumen yang beragam seperti selera yang selalu berubah menginginkan produk berkualitas dengan model yang beragam membuat HijabNyonya harus selalu *update* dan melakukan strategi bisnis yang tepat untuk usahanya agar dapat berkembang dan bertahan di kalangan bisnis industri *fashion*. Analisis *Business Model Canvas* (BMC) dapat membantu untuk mengolah ide bisnis dan meningkatkan fokus perusahaan agar lebih terstruktur. Selain itu, agar dapat unggul dalam bersaing, pelaku bisnis diharapkan mampu melihat potensi dengan cara menganalisis lingkungan secara keseluruhan, baik internal maupun eksternal menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*).

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, termasuk dalam kategori penelitian kualitatif deskriptif. Dimana data dikumpulkan dengan metode observasi ke toko HijabNyonya, wawancara dengan internal HijabNyonya serta dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh 9 blok *Business Model Canvas* eksisting lalu di evaluasi menggunakan analisis SWOT dan dijabarkan ke *Business Model Canvas* HijabNyonya yang baru sebagai cara pengembangan bisnis dengan memperhatikan hal dasar sebuah bisnis.

Kata kunci: *Fashion, Product Life Cycle, SWOT, Business Model Canvas* (BMC)