

## ABSTRAK

Industri makanan dan minuman (F&B) di Indonesia terus mengalami perkembangan pesat, didorong oleh perubahan gaya hidup, peningkatan daya beli masyarakat, serta pertumbuhan jumlah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan signifikan merupakan produk kue kering, termasuk soft cookies. Keikuro, merupakan sebuah startup kuliner yang didirikan pada Juli 2023, hadir untuk memenuhi kebutuhan pasar terhadap camilan manis dengan mengusung konsep soft cookies yang lembut dan kaya varian rasa. Bisnis ini menyasar kalangan usia 15–35 tahun, khususnya di kawasan Bandung, yang dikenal memiliki gaya hidup kuliner yang dinamis dan trendi.

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi pengembangan bisnis Keikuro dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) yang disesuaikan berdasarkan hasil analisis SWOT. Dengan menggabungkan pendekatan analisis model bisnis dan faktor lingkungan internal serta eksternal, penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh terhadap potensi dan tantangan yang dihadapi Keikuro dalam membangun strategi yang berkelanjutan. Fokus utama adalah bagaimana Keikuro dapat meningkatkan brand awareness, memperluas pasar, serta memperbaiki efisiensi operasional dan keuangan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data primer melalui wawancara dan observasi, serta data sekunder dari jurnal ilmiah dan laporan industri. Proses analisis dimulai dari penyusunan BMC awal, pemetaan kekuatan dan kelemahan internal, identifikasi peluang dan ancaman eksternal, hingga penyusunan BMC baru yang telah disesuaikan. Langkah ini memungkinkan perumusan strategi yang responsif terhadap dinamika pasar dan kebutuhan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keikuro memiliki kekuatan dalam produk yang inovatif, kualitas rasa, dan harga yang kompetitif. Namun demikian, kapasitas produksi yang terbatas dan ketergantungan terhadap satu mitra distribusi menjadi kelemahan yang perlu diatasi. Peluang besar muncul dari tren digitalisasi penjualan makanan dan meningkatnya konsumsi camilan manis. Keikuro dapat mengoptimalkan media sosial sebagai kanal promosi utama dan memperluas mitra distribusi guna menjangkau pasar yang lebih luas. Strategi yang dihasilkan juga menekankan pentingnya efisiensi dalam rantai pasok dan pengelolaan arus kas.

Dengan menyelaraskan elemen-elemen BMC dan faktor SWOT, Keikuro dapat merancang langkah konkret dalam pengembangan bisnis secara terstruktur dan adaptif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi antara model bisnis dan analisis strategis memberikan arah yang jelas untuk pertumbuhan usaha. Diperlukan komitmen dalam menjalankan strategi yang telah dirancang serta evaluasi berkala agar Keikuro dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya dan berkembang menjadi brand cookies lokal yang kuat.

Kata Kunci: Business Model Canvas, SWOT, Keikuro, Strategi Pengembangan, UMKM, Soft Cookies