

## ABSTRAK

Baso Budi merupakan salah satu tempat makan yang telah beroperasi sejak tahun 2020 dan berada di Kabupaten Bandung, yang berlokasi pada Jl. Telekomunikasi No.235, Lengkong, Kec. Bojongsoang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40287. Bakso Budi dikenal karena kualitas bahan bakunya yang segar dan halal, serta cita rasa kuah khas yang gurih dan lezat. Usaha ini telah menjadi pilihan favorit masyarakat setempat dan para mahasiswa/mahasiswi untuk menikmati makanan yang lezat dengan harga terjangkau. Bakso Budi beroperasi baik secara *offline* dan juga *online*.

Dalam menjalankan bisnisnya, Baso Budi mengalami permasalahan yaitu target pendapatan yang tidak tercapai. Akar permasalahan dari tidak tercapainya target yaitu terdapat banyak *competitor*, libur panjang perkuliahan, kurangnya variasi produk, serupa dengan *competitor*, strategi promosi yang kurang optimal, hanya menggunakan platform *Instagram* sebagai promosi, dan keterbatasan kapasitas *SDM* dalam pemasaran. Untuk mengatasi masalah tersebut, penggunaan metode pemecahan masalah yang efektif yaitu: merancang model bisnis usulan dengan menganalisis dan mengidentifikasi 9 blok elemen menggunakan *Business Model Canvas*. Beberapa data yang diperlukan yaitu data primer yang merupakan hasil dari rekaman wawancara dengan pemilik dan pelanggan Baso Budi serta melakukan observasi lapangan, untuk dapat diolah menjadi bisnis model eksisting dan *Customer profile*. Kemudian data lain yang dibutuhkan yaitu data sekunder yang merupakan hasil dari studi literatur untuk mendapatkan data analisis lingkungan bisnis. Data primer dan sekunder tersebut kemudian diolah dan dianalisis dengan *SWOT*, setelah itu dibuat *Value Proposition Canvas*. Pengolahan data tersebut menjadi dasar untuk merancang *Business Model Canvas* usulan Baso Budi. Penelitian dan perancangan ini memiliki tujuan untuk memahami dan memberikan usulan model bisnis kepada Baso Budi dengan pemetaan *Business Model Canvas*, hasil identifikasi *Customer profile*, analisis lingkungan bisnis, analisis *SWOT* beserta perancangan strategi bisnisnya, dan juga hasil dari pemetaan *Value Propositions*. Hasil dari perancangan tersebut yaitu *Business Model Canvas* usulan bagi Baso Budi. Berdasarkan hasil rancangan *Business Model Canvas* usulan tersebut, didapatkan usulan perbaikan pada penambahan *customer segment* yaitu

segmen pelanggan masyarakat luar wilayah Telkom University, *Value Propositions* dengan meningkatkan penawaran variasi produk beragam, harga yang terjangkau, serta menambahkan paket *bundling* dan tempat parkir memadai. *Customer relationship* dengan penambahan konten media sosial yang menarik, informasi jam *operational* yang jelas, dan menawarkan diskon serta promo khusus. *Channels* dengan peningkatan penggunaan media sosial *Instagram*, penambahan *Whatsapp* dan media sosial *TikTok*. *Revenue streams* dengan meningkatkan penjualan produk secara *offline* dan penjualan produk secara *online* melewati *e-commerce*. *Key activities* dengan penambahan pemeriksaan kualitas bahan baku. *Key partnership* dengan penambahan pemasok alternatif. *Cost structure* dengan penambahan biaya pemasaran, dan penyewaan tempat parkir. Model bisnis usulan ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan memecah permasalahan yang ada di Baso Budi.

**Kata kunci:** Baso Budi, Model Bisnis, *Business Model Canvas*, Analisis SWOT, *Customer profile*, Analisis Lingkungan Bisnis