

## ABSTRAK

Cotton.go merupakan usaha kecil menengah yang bergerak dibidang fesyen, dengan mengusung konsep kesederhanaan desain produk agar mudah dipadupadankan dalam kegiatan sehari – hari. Walaupun sudah berjalan selama 3 tahun, Cotton.go memiliki beberapa permasalahan yang dihadapi. Pada faktor internal, Cotton.go belum memaksimalkan proses produksi dengan baik sehingga terdapat sisa stok barang dengan volume yang tinggi. Pada segi eksternal perusahaan Cotton.go, terdapat hubungan pelanggan yang kurang memuaskan, dan juga tingginya tingkat persaingan membuat Cotton.go sulit bersaing di industri fesyen.

Model bisnis merupakan salah satu cara untuk merumuskan sebuah strategi agar tetap kompetitif dan dapat bersaing dengan cara memetakan dan memvisualisasikan peta model bisnis secara utuh, salah satu metode yang dapat digunakan ialah pendekatan *business model canvas* (BMC). Melalui analisis *swot* terhadap empat bidang utama model bisnis, yaitu proposisi nilai, infrastruktur, biaya dan pendapatan, serta hubungan dengan pelanggan, yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh Cotton.go. Selanjutnya ialah merancang strategi usulan dengan mempertimbangkan analisis lingkungan serta *customer profile* atau pandangan konsumen mengenai keinginan dan kebutuhan atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang akan mempengaruhi model bisnis.

Strategi usulan yang telah dirancang kemudian akan divalidasi untuk mengetahui seberapa jauh benefit yang akan didapat apabila perusahaan mengimplementasikan strategi usulan tersebut. Terakhir, ialah merancang model bisnis baru dengan sembilan blok bangunan BMC yaitu *Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Cost Structure, Key Activities, Key Partnerships, dan Key Resources*.

Kata Kunci : *Value Proposition Canvas, Business Model Canvas, SWOT, Model Bisnis, UKM*.