

ABSTRAK

Di Indonesia perkembangan ekonomi kreatif berkembang dengan cepat. Ekonomi kreatif pada saat ini memang memiliki peran penting pada perekonomian satu negara, bukan hanya dinegara berkembang saja seperti di Indoensia.. Banyaknya ekonomi kreatif yang tercipta adalah sebagai bagian dari kreativitas dan inovasi yang dikembangkan seseorang. Dalam perjalanannya pemerintah melalui kementrian pariwisata dan ekonomi kreatif telah mengindentifikasi lingkup industri kreatif yang terdiri dari 15 sub sektor yaitu : periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, video film dan fotografi, permainan interaktif, music, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan computer dan piranti lunak, televises dan radio, riset dan pengembangan dan yang terakhir adalah kuliner.

Celana jeans merupakan busana yang begitu populer didunia fesyen. Celana jeans tidak hanya digemari kalangan anak muda tetapi trend mode celana jeans ternyata sudah mulai merambah kalangan anak-anak maupun orang dewasa. Bahan denim yang cukup nyaman untuk dikenakan dalam berbagai kegiatan menjadikan celana jeans sebagai salah satu produk fesyen yang sering digunakan masyarakat baik diacara formanl maupun non formal.Berdasarkan hasil wawancara bersama Andromeda tanggal 26 Agustus 2018, terdapat beberapa pemain kunci selain MxD yaitu Vearst Jeans, Pop Meets Pop, Peter Says Denim, Pride n Joy, Bespoke Project dan Hammer Stout Denim. Masing - masing berlokasi di berbagai daerah di Bandung yang juga menyasar pasar di Bandung, serta masih banyak pemain lain yang akan bermunculan. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis dalam bidang fesyen semakin kompetitif. Para pemain harus menciptakan *competitive advantage* mereka sehingga mampu bersaing satu sama lain agar tetap bertahan.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu untuk memetakan model bisnis MxD saat ini dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas,

untuk mengevaluasi model bisnis MxD saat ini dengan menggunakan analisis SWOT, dan untuk merekomendasikan rancangan Business Model Canvas baru bagi pihak MxD sebagai rekomendasi strategi dalam melakukan pengembangan bisnisnya.

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif berdasarkan tujuan deskriptif yang bersifat induktif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi yang ditujukan kepada empat narasumber sebagai informan, serta data sekunder. Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh gambaran Sembilan blok bangunan *Business Model Canvas* saat ini dari MxD. Evaluasi dari hasil wawancara yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa MxD memiliki kekuatan serta kelemahan. Selain itu, terdapat peluang dan ancaman didalamnya yang perlu dihadapi. Dari hasil evaluasi dengan analisis SWOT dapat disusun alternatif strategi sebagai penyempurnaan *Business Model Canvas* yang ada.

Secara garis besar, gambaran Business Model Canvas MxD saat ini cukup baik karena model bisnis yang sudah berjalan mampu memenuhi ke Sembilan elemen blok bangunan pada Business Model Canvas. Dari hasil evaluasi menghasilkan formulasi strategi yang dapat dijadikan rekomendasi bagi MxD dalam melakukan pengembangan serta melakukan penyempurnaan rancangan Business Model Canvas. Penyempurnaan terjadi pada Sembilan blok bangunan, yaitu Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan *Cost Structure*.

Kata Kunci: MxD; Strategi; Model Bisnis; SWOT; Model Bisnis Kanvas