

## ABSTRAK

Industri fashion merupakan sektor kedua terbesar dalam perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Sementara itu Kota Bandung merupakan kota dengan presentase ekonomi kreatif salah satu terbesar di Indonesia. Applecoast adalah salah satu brand fashion dari sebuah industri fashion di Bandung yang memulai usahanya melalui penjualan di website, dan pasarnya sudah merambah hingga luar negeri. Namun demikian Applecoast tetap ingin mengembangkan bisnisnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran model bisnis Applecoast dengan pendekatan Business Model Canvas dan untuk menyusun strategi pengembangan bisnis yang sesuai untuk diterapkan pada Applecoast.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dan berdasarkan tujuannya maka penelitian ini memiliki karakteristik eksplorasi. Berdasarkan keterlibatannya, karakteristik penelitian ini tidak mengintervensi data. Unit analisis penelitian ini adalah Applecoast dimana waktu pelaksanaannya adalah cross section. Informan dalam penelitian ini adalah CEO Applecoast, Divisi Marketing Applecoast, dan konsumen Applecoast. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah dengan data kualitatif berbentuk deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, penyajian data, reduksi data, dan melakukan verifikasi sebagai kesimpulan-kesimpulan dari data yang telah diperoleh. Selanjutnya analisis digunakan dalam kerangka *Business Model Canvas* dan SWOT.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kekuatan Applecoast terdapat pada brand image yang sudah dikenal oleh pelanggan sebagai brand lokal yang berhasil menembus pasar USA, memiliki media online sejak usaha berdiri, dan tetap aktif dalam berinteraksi dengan konsumen, serta dapat melakukan transaksi di dalamnya. Kelemahan Applecoast penjualan masih banyak dilakukan di toko, sebab kepercayaan konsumen untuk melakukan transaksi online melalui website masih rendah. Peluang Applecoast adalah bahwa Applecoast memulai usaha melalui online store, sementara Indonesia merupakan negara dengan pengguna internet terbesar keenam dunia, dan tren e-commerce di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang positif. Tantangan yang dihadapi Applecoast adalah selera masyarakat yang memandang brand luar negeri lebih bagus, dan lemahnya perlindungan brand lokal dari segi harga terhadap brand luar negeri.

Oleh karena itu, strategi yang dapat digunakan oleh Applecoast adalah untuk kembali memanfaatkan kanal online seperti website, dan sosial media agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Disamping itu, pengembangan kanal online dapat digunakan untuk melakukan edukasi kepada konsumen bahwa brand lokal, terutama Applecoast memiliki kualitas yang sama dengan brand luar negeri, dengan dukungan dari brand Ambassador.

Kata Kunci : *Business Model Canvas, SWOT, Applecoast*