

ABSTRAK

TWS Petshop merupakan usaha kecil menengah yang bergerak dibidang pe-retail dan layanan jasa. TWS Petshop menyediakan segala jenis kebutuhan hewan peliharaan seperti makanan, obat-obatan, aksesoris, dan layanan kesehatan. Walaupun TWS Petshop sudah berjalan selama 3 tahun, TWS Petshop memiliki beberapa permasalahan yang dihadapi. Pada faktor internal, TWS Petshop belum memaksimalkan infrastruktur dan penjualan yang tidak stabil. Untuk faktor eksternal, terdapat hubungan pelanggan yang kurang baik atau memuaskan serta tingkat persaingan membuat TWS Petshop sulit bersaing di daerah Pancoran, Jakarta Selatan.

Model bisnis adalah cara untuk merumuskan sebuah strategi agar tetap kompetitif dan dapat bersaing dengan cara memetakan peta model bisnis secara baik. Salah satu metode yang digunakan ialah *business model canvas* (BMC). Melalui metode ini, analisis yang digunakan menggunakan *SWOT* terhadap empat aspek utama, yaitu proposisi nilai, infrastruktur, biaya dan pendapatan serta hubungan pelanggan. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan di hadapi oleh TWS Petshop. Kemudian merancang strategi usulan dengan mempertimbangkan analisis lingkungan serta *customer profile* terkait keinginan dan kebutuhan atas produk dan jasa yang ditawarkan oleh TWS Petshop.

Strategi usulan akan dipetakan pada 9 blok bangunan, yaitu *Customer Segment*, *Value Proposition*, *Channels*, *Customer Relationship*, *Revenue Stream*, *Cost Structure*, *Key Activities*, *Key Partnership* dan *Key Resource*. Usulan strategi yang telah dirancang akan menjadi sebuah rekomendasi untuk TWS Petshop. Apabila startegi usulan diimplementasikan oleh TWS Petshop, keuntungan yang didapat salah satunya meningkatkan biaya dan pendapatan untuk TWS Petshop.

Kata kunci : TWS Petshop, *Business Model Canvas*, *SWOT*, *Value Proposition Canvas*.

