

ABSTRAK

Pabrik Tahu dawuan adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak dibidang produk pangan khususnya memproduksi pengolahan tahu. Industri ini telah mendapatkan izin dan badan pengasawasan dan makanan (BPOM) yang diatur di dalam undang – undang sebagai syarat penderian industri di bidang pangan. Lokasinya berada di Jl Kampung Nagasari Desa Dawuan Tengah kecamatan Cikampek Kabupaten Karawang. Industri ini telah berdiri selama 3 tahun sejak tahun 2018 dengan karyawan saat ini berjumlah 8 orang. Pabrik Tahu Dawuan mengalami permasalahan seperti penurunan pendapatan penjualan, ditambah pemanfaatan pemasaran yang belum maksimal, nilai yang ditawarkan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan, sistem hubungan dengan pelanggan tidak efektif, jumlah produksi tahu yang menurun sebesar 5% saat wabah virus covid 19, memiliki sistem pelayanan yang lambat. Untuk dapat bertahan, perlu dilakukan evaluasi model bisnis saat ini pada Pabrik Tahu Dawuan dengan menggunakan pendekatan dengan metode *Business Model Canvas* dimana metode tersebut digunakan dengan memperhatikan 9 blok yang ada didalamnya. Blok yang berada di dalam metode Business Model Canvas yaitu *Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, dan Cost Structure*. Dari 5 permasalahan blok pada model bisnis pabrik tahu dawuan yaitu blok *Blok Value Proposition, Blok Channels, Blok Customer Relationships, Blok Key Resources, dan Blok Revenue Streams*. Langkah – langkah yang dilakukan untuk mengevaluasi model bisnis yang pertama melakukan pemetaan model bisnis saat ini berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Pabrik Tahu Dawuan kemudian melakukan identifikasi customer profile yang berdasarkan kuesioner yang sudah disebarakan kepada pelanggan Pabrik Tahu Dawuan, setelah dilakukannya customer profile tahap selanjutnya merupakan tahap analisis lingkungan dengan menggunakan data studi literatur yang bertujuan untuk menganalisis peluang dan ancaman lingkungan yang dimiliki oleh Pabrik Tahu Dawuan. Tahap selanjutnya merupakan tahap analisis SWOT dengan menyebarkan kuesioner SWOT kepada pihak internal dari Pabrik Tahu Dawuan dengan adanya SWOT tersebut untuk mendapatkan strategi bisnis yang paling sesuai untuk Pabrik Tahu Dawuan,

setelah itu membuat value proposition canvas dengan melakukan pencocokan antara value map dengan customer profile Pabrik Tahu Dawuan dan proses terakhir merupakan merancang model bisnis usulan yang terbaik pada Pabrik Tahu Dawuan dengan beberapa usulan yang diberikan diantaranya dengan membuat sosial media Instagram dan facebook, menciptakan tutor dan konsultasi bisnis, menciptakan loyalitas pelanggan, menambahkan variasi produk berdasarkan customized product, menciptakan sistem dropship, menciptakan SOP kontrak bisnis sesuai hukum, menciptakan proses evaluasi kinerja dan training karyawan, Teknik Pengentalan menggunakan bahan sari bahari, menciptakan aktivitas penjualan tahu secara online dan menciptakan Kerjasama dengan toko offline (swalayan).

Kata Kunci: Pabrik Tahu Dawuan, Business Model Canvas, Customer Profile, Analisis Lingkungan, Analisis SWOT, Value Proposition Canvas