

ABSTRAK

Martabak Legit adalah perusahaan perseorangan, yang dikelola oleh Bapak. H. Muharram yang didirikan pada bulan Oktober 1993. Tingginya tingkat persaingan di kota Bandung dalam bidang usaha yang sejenis, maka diperlukan suatu usaha untuk menjaga eksistensi usaha, diperlukan strategi yang dapat diterapkan di masa datang, untuk itu perlu dilakukan analisis SWOT yang komprehensif. Berbasis hasil SWOT, disusun rencana pengembangan model bisnis dengan pendekatan *business model canvas*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kondisi model bisnis Martabak Legit dilihat dari pendekatan *Business Model Canvas*, *Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threats* (SWOT) pada Martabak Legit, dan model bisnis Martabak Legit yang dikembangkan dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Alat analisis model bisnis kanvas yaitu: analisis yang diperoleh dari informan kunci yang memiliki keterkaitan langsung dengan objek penelitian terutama yang berhubungan dengan 9 (sembilan) elemen dalam model bisnis kanvas.

Kata kunci: Model Bisnis, *Business Model Canvas* (BMC), SWOT