

## ABSTRAK

Pertumbuhan sektor industri kreatif di Indonesia kini telah berkembang dengan pesat. Hal ini berdampak pada UMKM KadoKado yang juga termasuk kedalam kategori industri kreatif khususnya bisnis jasa wrapping gift yang memiliki persaingan cukup ketat dengan para kompetitor.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk merancang *Business Model Canvas* sebagai alat strategi yang dibutuhkan dalam mengatasi masalah yang dihadapi perusahaan serta mengembangkan bisnisnya agar kinerja dan kualitas yang dimiliki lebih baik dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Narasumber berjumlah 6 orang dari pihak internal dan eksternal perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara, *Business Model Canvas* pada kondisi *existing* secara garis besar dapat dikatakan cukup baik karena KadoKado mampu memenuhi keseluruhan 9 elemen blok. Setelah itu, dilakukan identifikasi mendalam terhadap *Business Model Canvas* yang ditinjau dengan Analisis SWOT. Selanjutnya, hasil yang diperoleh dari kondisi internal perusahaan, terdapat 9 elemen kekuatan dan 3 kelemahan, sedangkan pada kondisi eksternal perusahaan terdapat 9 elemen peluang dan 4 elemen ancaman. Selanjutnya alat analisis Matriks TOWS disusun untuk mengetahui faktor-faktor strategis perusahaan serta pemetaan *Business Model Canvas* baru. Hasilnya terdapat 9 elemen yang perlu diperbaiki perusahaan dengan menambahkan poin-poin penting pada masing-masing blok secara keseluruhan serta khususnya pada elemen *value propositions, channels, dan key partnerships (Strategi Prioritas)*.

**Kata Kunci:** UMKM, *Business Model Canvas*, Analisis SWOT, Matriks TOWS.