

ABSTRAK

Toko Uncommon adalah usaha yang bergerak pada bidang industri pakaian jadi. Toko Uncommon, yang beroperasi di Kelapa Gading Jakarta utara sejak 2019 ini mengalami penurunan penjualan dan pendapatan dibandingkan bulan-bulan sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh persaingan yang semakin ketat, kurangnya pemanfaatan teknologi dan promosi, dan perubahan lingkungan yang tidak biasa. Karena masalah ini, model bisnis Uncommon akan dievaluasi dan model bisnis usulan akan dibuat. Perancangan Model bisnis akan dilakukan dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Untuk melakukan perancangan dan evaluasi dibutuhkan 3 data. Data yang pertama ialah data model bisnis saat ini yang didapatkan dengan cara wawancara dan identifikasi terhadap pemilik Toko Uncommon sehingga dapat menggambarkan bisnis model eksisting. Data kedua yaitu *customer profile* didapatkan dengan cara mewawancarai konsumen toko uncommon. Ketiga ialah data analisis lingkungan bisnis didapatkan dengan cara mencari referensi di internet dan studi literatur. Ketiga data ini digunakan untuk menganalisis SWOT dan membuat usulan strategi yang dapat diterapkan oleh toko Uncommon. Langkah selanjutnya yaitu membuat *Fit value proposition canvas* dengan mencocokkan antara *value map* dan *customer profile* yang telah ada, dilanjutkan dengan proses pengembangan dan pemetaan *business model canvas* untuk Uncommon. Beberapa perbaikan Hal penting yang diusulkan dari hasil evaluasi untuk Toko Uncommon adalah melakukan perluasan segmen pelanggan Bisnis to Bisnis, menciptakan pelayanan yang responsif dan merancang strategi untuk brand activation dan mengikuti pameran. Menciptakan atau membuat tempat produksi sendiri agar dapat mewujudkan bisnis to bisnis. Membuka *offline store/kantor*. Meningkatkan dan menciptakan alur distribusi teknologi seperti penambahan penggunaan market place untuk memaksimalkan kinerja dan penjualan.

Kata kunci : Model bisnis, Business Model Canvas, Toko Uncommon