

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rencana bisnis dan strategi setiap bagian perusahaan dari startup NoMinus, sebuah platform yang berfokus pada penjualan produk fashion maupun *pre-loved*. Analisis startup NoMinus menggunakan berbagai metode analisis, salah satunya adalah *Strength Weakness Opportunity Threat* (S.W.O.T) dan *Business Model Canvas* (B.M.C). Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui survei online, dan berbagai sumber informasi yang telah dipublikasikan sebelumnya. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa NoMinus memiliki kekuatan dalam model bisnis dan strategi marketing, namun menghadapi kelemahan dalam keterbatasan anggaran, kurangnya anggota tim, dan ketergantungan terhadap kerja sama vendor ataupun penjual. Peluang di pasar *e-commerce fashion* yang terus berkembang menjadi faktor yang mendukung pertumbuhan bisnis ini. Di sisi lain, ancaman persaingan ketat menjadi tantangan yang harus dihadapi. Oleh karena itu rencana strategis yang diusulkan meliputi peningkatan jumlah anggota tim, pengembangan kemitraan dengan berbagai vendor, serta penyesuaian tarif transaksi untuk mencapai titik impas lebih cepat menjadi langkah penting untuk mendukung operasional dan ekspansi bisnis NoMinus.

Kata Kunci: Rencana bisnis, Strategi bisnis, SWOT, *E-Commerce*