

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat besar dan signifikan di Indonesia, termasuk menyediakan peluang kerja. UMKM juga berfungsi sebagai sumber pendapatan utama dan memungkinkan partisipasi dalam kegiatan ekonomi yang produktif, terutama bagi kelompok masyarakat dengan pendapatan rendah. Jumlah pelaku UMKM di Indonesia, termasuk di Kota Garut, terus meningkat setiap tahunnya. Salah satu contohnya adalah UMKM Toko Oleh-Oleh Simpang Tiga di Kota Garut. Ini adalah toko oleh-oleh khas Garut.

Business Model Canvas (BMC) adalah alat strategis yang digunakan untuk menggambarkan dan merancang model bisnis secara komprehensif melalui sembilan elemen utama, termasuk segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan utama, dan struktur biaya. Analisis *SWOT* adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh bisnis, membantu dalam merumuskan strategi yang efektif dan berkelanjutan. Kombinasi *BMC* dan Analisis *SWOT* memungkinkan pengembangan strategi bisnis yang komprehensif dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, penentuan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan meliputi penyajian data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Business Model Canvas (BMC)*, Analisis *SWOT*, *PESTEL*, dan *Porters Five Force* pada Toko Oleh-Oleh Simpang Tiga Garut, dengan menambahkan mitra baru dan memiliki tim media sosial yang handal, Toko Oleh-Oleh Simpang Tiga Garut dapat memperluas jaringan bisnis dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Promo dan diskon akan menarik lebih banyak pelanggan, sementara fokus pada pengguna media sosial dan platform seperti YouTube, TikTok, dan *e-commerce* akan memperluas jangkauan pemasaran. Mengurangi biaya pemasaran akan meningkatkan efisiensi produksi. Inovasi produk dan kolaborasi baru akan membuka peluang pendapatan dan meningkatkan ketersediaan produk. Strategi ini akan membuat toko lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*, *SWOT*, UMKM