ABSTRAK

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, terutama di industri kuliner, Namina Resto perlu terus melakukan inovasi dan pengembangan strategi bisnis yang tepat untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya. Kondisi pasar yang dinamis serta perubahan preferensi konsumen menuntut Namina Resto untuk mengevaluasi model bisnisnya agar dapat bersaing dengan kompetitor dan menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi dan mengembangkan strategi bisnis Namina Resto melalui analisis Business Model Canvas (BMC) dan SWOT, guna memberikan rekomendasi strategi yang lebih relevan dan efektif.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kelemahan dan kelebihan dari model bisnis Namina Resto saat ini serta mengenali peluang dan ancaman yang ada di pasar. Penelitian ini juga bertujuan untuk merumuskan strategi bisnis yang lebih tepat sasaran, yang dapat diimplementasikan oleh manajemen Namina Resto. Melalui penelitian ini, diharapkan Namina Resto dapat memperkuat posisi kompetitifnya di pasar dan meningkatkan efisiensi operasional.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan kunci di Namina Resto, observasi langsung terhadap operasi restoran, dan analisis dokumen terkait. Penelitian ini menganalisis elemen-elemen BMC yang mencakup berbagai aspek kunci dari model bisnis restoran, kemudian dilanjutkan dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Namina Resto memiliki beberapa kekuatan, seperti nilai unik yang ditawarkan kepada konsumen dan hubungan baik dengan pelanggan. Namun, terdapat juga beberapa kelemahan, terutama dalam hal pengelolaan sumber daya dan teknologi. Peluang di pasar, seperti potensi ekspansi dan inovasi produk, dapat dimanfaatkan untuk mengatasi ancaman seperti persaingan yang ketat. Berdasarkan temuan ini, penelitian ini memberikan rekomendasi strategi, termasuk diversifikasi produk dan pengembangan kemitraan strategis.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*, SWOT, Strategi Bisnis, Namina Resto, Analisis Kualitatif, Pengembangan Bisnis.