ABSTRAK

Menjaga keberlanjutan usaha menjadi tantangan besar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di tengah perubahan lingkungan eksternal yang terus berubah. PT. Mirrando Foods and Beverages, yang beroperasi di Pangkalpinang, Kepulauan Bangka Belitung, menghadapi hambatan dalam mempertahankan daya beli konsumen dan kelangsungan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi model bisnis yang diterapkan oleh PT. Mirrando Foods and Beverages melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC), serta merancang strategi bisnis baru yang lebih adaptif dan inovatif dengan bantuan *Value Proposition Canvas* (VPC).

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha guna memperoleh pemahaman mengenai kondisi aktual bisnis, hambatan yang dihadapi, serta potensi pengembangannya. Analisis dilakukan dengan menggabungkan pendekatan BMC, VPC, dan SWOT. BMC digunakan untuk menelaah komponen inti dari model bisnis perusahaan, VPC untuk merumuskan proposisi nilai yang selaras dengan kebutuhan konsumen dan dinamika pasar, sedangkan SWOT membantu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi perusahaan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa model bisnis saat ini masih belum berjalan secara maksimal, terutama dalam hal saluran distribusi, *Customer Relationship*, dan pemanfaatan teknologi digital. Proposisi nilai yang ada belum sepenuhnya menjawab kebutuhan konsumen, seperti keterbatasan informasi produk, akses yang terbatas, dan kurangnya variasi serta inovasi. Berdasarkan pemetaan ulang BMC dan integrasi dengan hasil VPC, dirumuskan model bisnis baru yang lebih relevan dan berkelanjutan, melalui strategi digitalisasi pemasaran, diversifikasi produk, serta peningkatan relasi pelanggan dengan pendekatan berbasis nilai.

Kata kunci: *Business Model Canvas*, *Value Proposition Canvas*, UMKM, keberlanjutan usaha, strategi bisnis.