

ABSTRAK

Kwace Bali merupakan UMKM yang bergerak dibidang Kain Tenun Tradisional yang berlokasi di Denpasar Bali, yang didirikan oleh Ibu Sari Dewi pada tahun 2009, ketatnya persaingan pada industri kain tenun tradisional dan menurunnya daya beli konsumen membuat penurunan pendapatan pada Kwace Bali. Oleh karena itu Kwace Bali melakukan usaha untuk meningkatkan penjualan produknya dengan cara melakukan pengembangan produk dan merubah pangsa pasar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan produk sebagai upaya meningkatkan penjualan *Kain Tenun Tradisional* pada Kwace Bali.

Teori yang digunakan yaitu teori bisnis model canvas yang terdiri dari 9 elemen yaitu: Proposisi Nilai (*value Proposition*), Segmen Pelanggan (*Customer Segments*), Saluran (*Channels*), Hubungan Konsumen (*Customer Relationship*), Kegiatan Utama (*Key Activities*), Sumber Daya (*Key Resources*), Mitra Utama (*Key Partnership*), Arus Pendapatan (*Revenue Stream*), Struktur Biaya (*Cost Structure*) dilanjutkan dengan analisis SWOT. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan business model canvas untuk memetakan model bisnis Kwace Bali. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi narasumber.

Dari hasil penelitian, penulis berhasil memperoleh gambaran model bisnis Kwace Bali yang sedang berjalan saat ini melalui wawancara. Selain itu, dengan melakukan analisis SWOT terhadap business model canvas yang ada, penulis menemukan kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang yang dihadapi oleh Kwace Bali. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, penulis berhasil membuat *business model canvas* yang baru untuk penyempurnaan strategi bisnis pada Kwace Bali yang dapat menjadi alternatif strategi dalam mengembangkan dan mempertahankan bisnis.

Kata kunci: UMKM, *Business Model Canvas*, SWOT, Kwace Bali