

ABSTRAK

Seymour adalah unit usaha bergerak di bidang bisnis alas kaki yang berlokasi di kota Bandung. Saat ini Seymour menghadapi permasalahan berupa penurunan penjualan karena perilaku pembelian pelanggan lebih memilih belanja online dan tingginya kompetisi. Permasalahan lain berupa tingginya biaya karena toko offline yang relatif tidak produktif. Seymour juga belum memiliki strategi/model bisnis menyeluruh.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan sebuah program peningkatan yang baru untuk *Business Model Canvas* Seymour. Dalam merumuskan program tersebut, pendekatan yang digunakan adalah dengan menganalisis faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari kesembilan blok *Business Model Canvas*.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara. Wawancara dilakukan kepada 10 (sepuluh) orang, dari pihak internal *owner* merangkap bagian keuangan, bagian produksi, bagian pemasaran, bagian administrasi dan dari pihak eksternal tiga orang pelanggan serta tiga orang pemasok. Uji Keabsahan yang dilakukan pada penelitian ini yaitu menggunakan uji triangulasi dengan melihat hasil jawaban dari para narasumber. Hasil dari uji triangulasi secara keseluruhan dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil penelitian, Seymour sudah dapat memenuhi 9 blok dari *Business Model Canvas*. Dari hasil analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari *Business Model Canvas* Seymour memiliki 15 kekuatan dan 5 kelemahan untuk faktor internal, sementara untuk faktor eksternal Seymour memiliki 8 peluang dan 9 ancaman. Setelah melakukan analisis tersebut kemudian dilakukan pencocokan dan dihasilkan 11 program peningkatan. Dari keseluruhan 11 program peningkatan tersebut kemudian dilakukan grouping dan dihasilkan 9 program peningkatan untuk *Business Model Canvas* baru. Dari keseluruhan program peningkatan *Business Model Canvas* tersebut terdapat 5 program peningkatan yang menjadi prioritas yaitu menambah segmen pelanggan, menambah variasi produk, menambah saluran penjualan, membuat nilai unik baru, menambah sumber daya manusia.

Kata Kunci: Alas kaki, *Business Model Canvas*, Pendekatan Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman, Digital Marketing