

ABSTRAK

UMKM Raja Cabai Garam merupakan usaha kuliner inovatif di Kota Bandung yang berfokus pada makanan berbasis cabai garam. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, analisis strategis diperlukan untuk mengoptimalkan operasional bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi bisnis yang komprehensif menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT. Dengan mengintegrasikan kedua metode tersebut, penelitian ini mengevaluasi sembilan elemen utama BMC sekaligus mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM Raja Cabai Garam.

Metode penelitian yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan matriks SWOT dan pemetaan BMC untuk memberikan rekomendasi strategis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen-elemen seperti segmentasi pelanggan, saluran distribusi digital, dan kemitraan strategis menjadi kekuatan utama dalam menghadapi tantangan pasar. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa perlu ada perbaikan pada struktur biaya dan efisiensi sumber daya.

Penelitian ini menghasilkan strategi bisnis berbasis BMC yang dapat membantu UMKM Raja Cabai Garam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya. Rekomendasi yang diberikan mencakup peningkatan promosi digital, diversifikasi produk, dan optimalisasi proses produksi. Temuan ini berkontribusi pada literatur strategi bisnis UMKM dan memberikan panduan praktis bagi pelaku usaha lainnya untuk memanfaatkan alat strategis serupa.

Kata Kunci: UMKM, Business Model Canvas, Analisis SWOT, Strategi Bisnis, Raja Cabai Garam, Bandung.