

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong perekonomian nasional, namun kerap menghadapi tantangan seperti persaingan ketat, keterbatasan pemasaran, dan perubahan tren industri. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Kitanata, sebuah usaha furnitur asal Bogor, yang bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis melalui integrasi *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT guna meningkatkan daya saing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan strategi studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kitanata memiliki keunggulan dalam kualitas produk dan layanan kustomisasi, namun menghadapi tantangan dari produk impor murah, tidak adanya program loyalitas pelanggan, serta keterbatasan saluran pemasaran offline. Melalui analisis SWOT terhadap sembilan elemen BMC, dirumuskan strategi pengembangan seperti implementasi program loyalitas pelanggan, perluasan pemasaran digital, dan penguatan *brand value* sebagai furnitur lokal premium. Strategi ini diformulasikan menggunakan matriks SWOT untuk menghasilkan BMC baru yang lebih adaptif dan relevan. Penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan strategi UMKM berbasis integrasi kerangka BMC dan SWOT sebagai pendekatan yang sistematis dan komprehensif dalam merespons dinamika industri. Peneliti juga merekomendasikan agar UMKM lainnya menerapkan strategi serupa guna meningkatkan daya saing secara berkelanjutan di tengah pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*, SWOT, strategi bisnis, daya saing, UMKM, Kitanata