

## ABSTRAK

UMKM di Indonesia semakin membutuhkan strategi bisnis adaptif, khususnya dalam menghadapi era digital. BHV Creative sebagai penyedia jasa fotografi dan videografi produk UMKM perlu merumuskan strategi pengembangan yang relevan dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan menyusun strategi pengembangan bisnis BHV Creative dengan mengintegrasikan Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus, melalui wawancara mendalam dengan dua informan internal dan tiga informan eksternal. Data dianalisis menggunakan perangkat lunak NVivo untuk mengidentifikasi isu dalam sembilan blok BMC, yang kemudian ditelaah dengan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan kekuatan BHV terletak pada layanan berkualitas dan hubungan pelanggan yang kuat, namun masih terdapat kelemahan seperti keterbatasan saluran promosi. Peluang muncul dari digitalisasi UMKM, sementara ancaman berasal dari kompetitor berbiaya rendah. Penelitian ini menghasilkan model BMC baru dan strategi pengembangan berbasis data lapangan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi BMC dan SWOT efektif untuk merumuskan strategi UMKM berbasis jasa kreatif.

**Kata Kunci:** Business Model Canvas, SWOT, UMKM, Strategi Bisnis, BHV Creative