

ABSTRAK

Industri makanan dan minuman di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya permintaan akan produk makanan praktis, higienis, dan bercita rasa autentik. Tren ini mendorong munculnya berbagai pelaku usaha baru di sektor makanan kemasan siap saji, salah satunya adalah Ranusa. Ranusa merupakan usaha mikro yang menawarkan produk sambal dan lauk khas Nusantara dalam bentuk kemasan siap saji. Meskipun potensi pasar sangat besar, Ranusa menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan bisnisnya, seperti keterbatasan kapasitas produksi, keterbatasan distribusi, dan fluktuasi bahan baku. Kondisi ini memunculkan kebutuhan untuk merancang strategi pengembangan bisnis yang adaptif dan berbasis data guna meningkatkan daya saing dan pertumbuhan jangka panjang.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis yang tepat bagi Ranusa melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT. Tujuan spesifik penelitian meliputi: mengidentifikasi elemen-elemen BMC yang diterapkan oleh Ranusa saat ini; menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi menggunakan pendekatan SWOT yang diperkuat dengan analisis lingkungan eksternal seperti *PESTEL* dan *Porter's Five Forces*; serta menyusun strategi pengembangan baru yang dapat diintegrasikan ke dalam BMC untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan bisnis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pendiri usaha, observasi aktivitas operasional, dan dokumentasi yang relevan. Teknik analisis dilakukan secara deskriptif melalui pemetaan BMC, kemudian dikombinasikan dengan hasil analisis SWOT untuk menghasilkan strategi yang komprehensif. Seluruh data yang diperoleh dianalisis secara induktif agar mampu menggambarkan kondisi riil dan kebutuhan pengembangan bisnis Ranusa secara akurat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ranusa memiliki kekuatan pada keunikan produk dan cita rasa autentik, namun masih lemah dalam hal efisiensi distribusi dan keterbatasan variasi produk. Peluang besar dapat dimanfaatkan melalui meningkatnya minat pasar terhadap makanan tradisional siap saji, sedangkan ancaman datang dari persaingan yang semakin tinggi dalam industri sejenis. Berdasarkan hasil pemetaan dan analisis, disusunlah strategi pengembangan seperti diversifikasi produk, penguatan distribusi digital, peningkatan pengalaman pelanggan, dan kolaborasi strategis dengan komunitas kuliner.

Penelitian ini memberikan kontribusi secara teoritis terhadap penerapan model BMC dan analisis SWOT dalam konteks UMKM makanan kemasan. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan rekomendasi strategis yang aplikatif dan adaptif terhadap perubahan pasar. Disarankan agar Ranusa melakukan evaluasi berkala terhadap model bisnisnya, memperkuat identitas merek melalui *storytelling* budaya Nusantara, dan memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pengembangan operasional dan pemasaran secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Bisnis, *Business Model Canvas*, Analisis SWOT, UMKM, Makanan Kemasan.