

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis Toko Hasanah Bakery, yang bergerak di bidang produksi roti dan kue di Langga Payung, Kabupaten Labuhan Batu Selatan, dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT. Permasalahan yang dihadapi toko ini adalah kelemahan internal yang menghambat kinerja, meskipun terdapat peluang eksternal yang signifikan. Selain masalah internal dan eksternal yang timbul ada salah satu lagi masalah yang muncul yaitu masa kadaluarsa roti yang tidak bisa terjual habis pada waktunya. Maka diperlukannya sebuah model strategi bisnis yang baik serta perlu adanya pembenahan dan juga kreatifitas dan inovasi dari manajemen Hasanah Bakery untuk mengalahkan para pesaingnya Metode penelitian mencakup pemetaan sembilan elemen BMC serta analisis SWOT untuk mengevaluasi posisi strategis perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa Toko Hasanah Bakery berada di Kuadran 2, yang berarti perusahaan memiliki kelemahan internal namun menghadapi peluang eksternal yang besar. Oleh karena itu, strategi yang disarankan adalah strategi *Turn Around*, yaitu memperbaiki kelemahan internal sambil memanfaatkan peluang eksternal yang ada untuk mendorong pertumbuhan bisnis. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa dengan perbaikan internal dan strategi yang tepat, Toko Hasanah Bakery dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Business Model Canvas, SWOT, Strategi *Turn Around*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the business strategy of Toko Hasanah Bakery, which is engaged in the production of bread and cakes in Langga Payung, South Labuhan Batu Regency, using the Business Model Canvas (BMC) approach and SWOT analysis. The problems faced by this shop are internal weaknesses that hinder performance, even though there are significant external opportunities. In addition to the internal and external problems that arise, there is another problem that arises, namely the expiration date of bread that cannot be sold out on time. Therefore, a good business strategy model is needed and there needs to be improvement and also creativity and innovation from Hasanah Bakery management to beat its competitors. The research method includes mapping the nine BMC elements and a SWOT analysis to evaluate the company's strategic position. The results of the analysis show that Toko Hasanah Bakery is in Quadrant 2, which means that the company has internal weaknesses but faces great external opportunities. Therefore, the recommended strategy is the Turn Around strategy, which is to improve internal weaknesses while utilizing existing external opportunities to drive business growth. The conclusion of this study is that with internal improvements and the right strategy, Toko Hasanah Bakery can achieve sustainable growth.

Keywords: Business Strategy, Business Model Canvas, SWOT, Turn Around Strategy.