

ABSTRAK

Zura Fajri Rahmadani, Nomor Induk Mahasiswa 152200004, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta Menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) Dan SWOT. Pembimbing Ibu Dr. Saaptika Kancana, S.S.,M.Si.Sektor industry pengolahan di bidang makanan dan minuman di Yogyakarta beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan pesat dan perananan penting dalam pertumbuhan ekonomi Yogyakarta. Peningkatan tersebut mengakibatkan persaingan yang ketat di antara pelaku usaha. Salah satu usaha yang berjuang dalam persaingan tersebut adalah Sate Padang Pariaman Ajo Paris. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui formulasi strategi pemasaran yang tepat pada Sate Padang Pariaman Ajo paris menggunakan matriks SWOT serta Menyusun *Business Model Canvas* Baru di usaha Sate Padang Pariaman Ajo Paris.

Penelitian ini bersifat deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan kuesioner. Jumlah informan penelitian ini adalah sebanyak 8 (delapan) orang informan. Objek penelitian ini adalah usaha Sate Padang Pariaman Ajo Paris. Teknik analisis data menggunakan Teknik formulasi strategi, Dimana pada tahap input digunakan matriks EFE dan IFE, tahap pencocokan menggunakan matriks SWOT dan tahap terakhir pembuatan *Business Model Canvas* usaha yang baru.

Hasil dari penelitian ini berdasarkan perhitungan matriks EFE dan IFE menunjukkan posisi Perusahaan pada kuadran SWOT berada pada kuadran 1 (satu) yang mengididikasikan Tindakan yang perlu diambil Perusahaan adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk). Matrikis SWOT menghasilkan menghasilkan 9 (Sembilan) rekomendasi strategi yang terdiri dari 3 strategi (SO), 2 strategi (WO), 2 strategi (ST), 2 strategi (WT). Berdasarkan rekomendasi tersebut dihasilkan *Business Model Canvas* yang baru meliputi 7 blok pengembangan yaitu *Key Partnership*, *Key Activities*, *Value Proposition*, *Customer Relationship*, *Customer Segment*, dan *Channel*.

Kata Kunci : Manajemen Strategi, Strategi Pemasaran, Matriks SWOT, *Business Model Canvas*.