

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji dan menganalisis model bisnis usaha Bakso Asean Kota Lhokseumawe menggunakan pendekatan Sembilan elemen Business Model Canvas (BMC) oleh Osterwalder & Pigneur. Metode kualitatif digunakan untuk menggambarkan sembilan elemen kunci bisnis secara komprehensif, mulai dari sejarah hingga operasional terkini. Hasil analisis BMC menunjukkan bahwa Bakso Asean memiliki *customer segment* yang luas dan *Value proposition* berupa cita rasa khas, variasi produk, serta pelayanan personal yang baik. *Channel* mereka mencakup pemasaran langsung, *word of mouth*, dan media sosial, membentuk *customer relationships* yang berfokus pada interaksi langsung. *Revenue streams* utama berasal dari penjualan bakso dan produk tambahan. *Key resources* meliputi bahan baku berkualitas dan SDM kompeten, didukung *key activities* dalam menjaga kualitas produksi dan pelayanan konsumen. *Key partners* terjalin dengan pemasok bahan baku, sementara *cost structure* mencakup komponen tetap dan variabel. Pemetaan menyeluruh ini diharapkan dapat menjadi dasar perumusan strategi efektif untuk mengoptimalkan operasional dan meningkatkan daya saing Bakso Asean Kota Lhokseumawe di pasar.

Kata Kunci: Business Model Canvas, Bakso Asean, Strategi Bisnis, Model Bisnis, Lhokseumawe