

Abstract

This study aims to analyze the business model strategy implemented by BMT Al-Fitrah Kedinding using the Business Model Canvas (BMC) approach. The analysis is strengthened by the SWOT method and the IFAS and EFAS instruments to dig deeper into the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced. The study was conducted qualitatively through interviews, observations, and direct documentation at BMT Kedinding located in Tanah Merah District, Bangkalan. The results of the study indicate that the nine elements in BMC have been implemented by BMT Kedinding, although there are still some that need to be improved, especially in the aspect of key partnerships that have not been utilized. The main supporting factors include good service, product variety, and strategic location. On the other hand, the challenges faced include limited human resources, less than optimal marketing, and the lack of cooperation with external parties. Through this approach, this study produces a concrete strategy for the development of BMT Kedinding so that it can be more optimal in supporting MSMEs and expanding the reach of sharia financial services in the Bangkalan area and its surroundings.

Keywords: *Business Model Canvas, SWOT, IFAS-EFAS, Business Strategy, BMT Kedinding*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi model bisnis yang diterapkan oleh BMT Al-Fitrah Kedinding dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Analisis diperkuat dengan metode SWOT serta instrumen IFAS dan EFAS untuk menggali lebih dalam kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi. Penelitian dilakukan secara kualitatif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi langsung di BMT Kedinding yang berlokasi di Kecamatan Tanah Merah, Bangkalan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sembilan elemen dalam BMC telah dijalankan oleh BMT Kedinding, meskipun masih ada beberapa yang perlu ditingkatkan, terutama pada aspek *key partnerships* yang belum dimanfaatkan. Faktor pendukung utama antara lain pelayanan yang baik, variasi produk, serta lokasi yang strategis. Di sisi lain, tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia, pemasaran yang belum maksimal, serta belum adanya kerja sama dengan pihak luar. Melalui pendekatan ini, penelitian ini menghasilkan strategi konkret untuk pengembangan BMT Kedinding agar dapat lebih optimal dalam mendukung pelaku UMKM dan memperluas jangkauan layanan keuangan syariah di wilayah Bangkalan dan sekitarnya.

Kata Kunci: *Business Model Canvas, SWOT, IFAS-EFAS, Strategi Bisnis, BMT Kedinding*