

HALAMAN ABSTRAK

Kondisi persaingan perusahaan rangka atap baja ringan di Indonesia semakin tinggi. PT. Baja Bahana Utama merupakan salah satu perusahaan rangka atap baja ringan yang ada di Indonesia. Tingginya tingkat persaingan dan pangsa pasar yang semakin tumbuh membuat PT. Baja Bahana Utama harus melakukan strategi untuk memenangkan persaingan untuk meningkatkan pendapatan dan menjangkau pelanggan baru.

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui gambaran model bisnis PT. Baja Bahana Utama jika ditinjau dari aspek-aspek pada *Business Model Canvas* dan mengetahui strategi bisnis yang sesuai dan disarankan untuk diterapkan pada PT. Baja Bahana Utama. Dalam merumuskan strategi, peneliti harus menggunakan sembilan *building block Business Model Canvas* antara lain *Customer Segments, Value Propositions, Channel, Customer Relations, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships* dan *Cost Structure*.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data *modeling* dan kualitatif. *Modeling* dengan melakukan pembagian kuesioner kemudian analisisnya menggunakan *Business Model Canvas* yang setiap *building block* juga dianalisis dengan SWOT. Sedangkan Kualitatif dengan melakukan wawancara semi struktur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran model bisnis PT. Baja Bahana Utama saat ini sudah baik jika ditinjau dari aspek-aspek *Business Model Canvas*. Saran kepada PT. Baja Bahana Utama yaitu sebaiknya PT. Baja Bahana Utama menerapkan strategi yang dibuat oleh penulis yang berpedoman pada teori Osterwalder & Pigneur yakni perlu bersaing dari segi teknologi. Produk rangka atap baja ringan yang dibuat dengan perhitungan dan *software* khusus tentu kualitasnya berbeda dan lebih baik dibandingkan dengan produk substitusi berupa rangka atap kayu. Untuk menghadapi pesaing yang menawarkan harga yang lebih baik maka PT. Baja Bahana Utama dapat mensiasatinya dengan meningkatkan mutu dan layanan produk serta peningkatan kualitas layanan. PT. Baja Bahana Utama juga dapat mencoba menjalin kerja sama dengan perusahaan asing atau lokal untuk membuka perusahaan bahan baku sendiri di dalam negeri.

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