

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui deskripsi model bisnis yang sedang dijalani oleh PT. Cilanggeng Perkasa dan menentukan strategi bersaing yang cocok dengan merancang model bisnis yang menggunakan *Business Model Canvas*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Cilanggeng Perkasa berlokasi di Ruko Coral Blue H/16 – 378 Kota Deltamas, Cikarang Pusat, Bekasi. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara mendalam kepada seorang informan yang merupakan pemilik dari PT. Cilanggeng Perkasa, yaitu Bapak Nyanjang Supriatna.

Customer Segment dari PT. Cilanggeng Perkasa berfokus pada pabrik-pabrik otomotif dan spare parts otomotif, *Channels* atau saluran penjualan dapat dilakukan secara langsung maupun *delivery*, demi menjaga relasi dengan *customer* nya Pak Nyanjang seringkali mengajak mereka untuk makan siang ataupun berkunjung ke kantor *customer* tersebut, *Key Partnership* yang ada merupakan *supplier* alat-alat *mechanical*, *safety*, dan sebagainya. *Key Activities* sendiri mengandalkan kegiatan pemasaran dan penjualan. Lalu, *Key Resources* pun merupakan pegawai yang memiliki keahlian di bidang masing-masing. Arus penjualan atau *Revenue streams* berasal sepenuhnya dari penjualan produk, sedangkan untuk *Cost Structures* sendiri untuk beban gaji, akomodasi, dan pembelian/impur barang dari luar negeri.