

## ABSTRAK

Model bisnis merupakan logika dasar yang digunakan oleh perusahaan untuk mempertahankan posisinya dan memperoleh pendapatan sesuai dengan kondisi lingkungan yang ada. Persaingan penyedia layanan internet yang semakin meningkat mengharuskan perusahaan mengembangkan model bisnisnya untuk menemukan elemen model bisnis yang dapat memberikan nilai bagi pelanggan. Speedy merupakan penyedia layanan internet *fixed broadband* yang dimiliki oleh PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui elemen-elemen model bisnis Speedy yang mampu menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan mengetahui pilihan inovasi model bisnis yang dapat digunakan oleh Speedy di masa depan.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui elemen-elemen model bisnis Speedy yang berpengaruh dalam penciptaan nilai Speedy bagi pelanggan, antara lain *customer segment, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key partnerships, dan key resources*. Rekomendasi yang diberikan adalah pembentukan segmen pelanggan yang baru, fokus pada pemenuhan kebutuhan khusus pelanggan, penyediaan saluran distribusi yang lebih efektif dan efisien, pengembangan jaringan dan teknologi, dan menciptakan arus pendapatan baru.

*Kata kunci – Model Bisnis Kanvas, Speedy, Inovasi Model Bisnis, Wawasan Pelanggan, Analisis Lingkungan, Analisis SWOT.*