

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala atas segala limpahan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Penelitian ini merupakan tugas akhir jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Universitas Telkom dengan judul **“Strategi Pengembangan Bisnis Perusahaan Rangka Atap Baja Ringan Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (Studi Kasus PT. Baja Bahana Utama di Jakarta Barat Tahun 2013)”**

Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dari berbagai pihak, maka dengan penuh kerendahan hati penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir. Selama melakukan penelitian dan penulisan ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan baik berupa arahan dan motivasi. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yang Terhormat Ibu Farah Alfianur S.SI, MSM, M.Eng selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan petunjuk dalam penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih atas saran, ide, dan waktunya selama membimbing penulis.
2. Yang penulis hormati Kaprodi MBTI Bapak Dodie Tricahyono, Ir., MM.
3. Yang penulis hormati Bapak Adhi Prasetyo, ST selaku dosen wali penulis.
4. Yang penulis hormati Bapak Tjahjono Djatmiko, Ir, MBA., Bapak Osa Omar Sharif dan Ibu Dini Turipanam Alamanda, S.Tp., M.S.M selaku dosen penguji sidang dan proposal yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis.
5. Yang Tersayang kedua orang tua Bapak Drs.Joko Winarno dan Ibu Sudarsih,S.Pd atas doa, perhatian, materi, serta limpahan kasih sayang yang diberikan kepada penulis.
6. Muhammad Irfani, A.Md, Minuk Tri Utama, A.Md dan Janeeta Nalaraya Irfani. Kakak dan adik tercinta atas doa, motivasi dan tempat untuk berbagi kesedihan dan keceriaan.
7. Seluruh karyawan di PT. Baja Bahana Utama Jakarta Barat yang telah membantu dan membimbing penulis selama melakukan penelitian.
8. Chintia Febrianti Soepardi, Arinda Yulia Wicahyanti, Fitri Fatimah Patmana Putri, Nurfatimah Indah Dwiagus, Anastasia Widi Rahmawati, Febri Surya Syahputra, Andi Bangsawan Alim, Miftakhul Imannur Khakim, Ratih Dian Suryani dan Laras Fajar Meisha. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu memberikan motivasi serta perhatian kepada penulis.
9. Gita Genia Fatihat teman satu bimbingan yang selalu memberikan semangat, dukungan dan berbagi ilmu dalam menyusun tugas akhir ini.

10. Novi Kusumawati, Melisa Octavia Nuraini, Fitri Nurvita, Pipin Yanuari Astuti, Febrinita Nur Wulan Sari, Pamorti Parasista, Aldila Agvia Hardiani, Annisa Danni Kartika dan Binasti Ainur Rohmah. Sahabat – sahabat penulis yang selalu memberikan semangat dan keceriaan kepada penulis.
11. Teman - teman kelas A prodi MBTI angkatan 2010 atas segala bantuan, keceriaan dan dukungan yang diberikan.
12. Seluruh pihak yang dengan tidak mengurangi rasa hormat tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Penulis menyadari dalam penelitian dan penulisan laporan ini masih banyak kekurangan, namun harapan penulis semoga laporan ini bermanfaat bagi pembaca. Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan hidayah kepada kita. Amin.

Bandung, Juni 2014  
Penulis,

(Fauzia Mustikaningrum)  
1201100264

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                     | i    |
| HALAMAN PERNYATAAN.....                                      | ii   |
| KATA PENGANTAR.....  | iii  |
| HALAMAN ABSTRAK.....   | v    |
| DAFTAR ISI.....  | vi   |
| DAFTAR GAMBAR.....   | viii |
| DAFTAR TABEL .....   | x    |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                      | 1    |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....                      | 1    |
| 1.1.1 Sejarah Perusahaan.....                                | 1    |
| 1.1.2 Visi dan Misi .....                                    | 2    |
| 1.1.3 Struktur Organisasi.....                               | 3    |
| 1.1.4 Produk .....   | 5    |
| 1.1.5 Project.....   | 6    |
| 1.2 Latar Belakang Penelitian.....                           | 7    |
| 1.3 Perumusan Masalah.....                                   | 9    |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....                                   | 9    |
| 1.5 Kegunaan Penelitian.....                                 | 9    |
| 1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....                   | 10   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....          | 11   |
| 2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....                        | 11   |
| 2.1.1 Manajemen Strategi.....                                | 11   |
| 2.1.2 Model Bisnis .....                                     | 11   |
| 2.1.3 <i>Business Model Canvas</i> .....                     | 12   |
| 2.1.4 Analisis SWOT dalam <i>Business Model Canvas</i> ..... | 19   |
| 2.2 Penelitian Terdahulu.....                                | 23   |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....                                 | 33   |
| 2.4 Ruang Lingkup Penelitian .....                           | 33   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                              | 35   |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                                    | 35   |

|  |        |
|--|--------|
| 3.2 Variabel Operasional .....   | 35     |
| 3.3 Tahapan Penelitian .....   | 36     |
| 3.4 Populasi dan Sampel .....  | 38     |
| 3.4.1 Populasi .....   | 38     |
| 3.4.2 Sampel .....   | 38     |
| 3.5 Pengumpulan Data .....   | 39     |
| 3.5.1 Data Primer .....  | 39     |
| 3.5.2 Data Sekunder .....  | 40     |
| 3.6 Uji Keabsahan Data .....   | 40     |
| 3.7 Teknik Analisis Data .....   | 41     |
| <br>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....   | <br>43 |
| 4.1 Karakteristik Responden .....  | 43     |
| 4.2 Hasil Penelitian Wawancara Sembilan Blok <i>Business Model Canvas</i> .....                          | 43     |
| 4.3 Kesimpulan Hasil Penelitian Wawancara Sembilan Blok <i>Business Model Canvas</i> .....               | 52     |
| 4.4 Hasil Kuesioner Sembilan Blok <i>Business Model Canvas</i> .....                                     | 55     |
| 4.5 Kesimpulan Hasil Kuesioner Sembilan Blok <i>Business Model Canvas</i> .....                          | 90     |
| 4.6 Gambaran Strategi Pengembangan Bisnis PT. Baja Bahana Utama dalam <i>Business Model Canvas</i> ..... | 91     |
| <br>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....   | <br>95 |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 95     |
| 5.2 Saran .....  | 96     |
| 5.2.1 Saran untuk PT. Baja Bahana Utama .....  | 96     |
| 5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya .....   | 96     |
| <br>DAFTAR PUSTAKA .....   | <br>99 |
| <br>LAMPIRAN   |        |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Peta Lokasi PT. Baja Bahana Utama .....                                  | 1  |
| Gambar 1.2 Produk Utama PT. Baja Bahana Utama .....                                 | 1  |
| Gambar 1.3 Fabrikator resmi PT. Baja Bahana Utama .....                             | 2  |
| Gambar 1.4 Struktur Organisasi PT. Baja Bahana Utama .....                          | 3  |
| Gambar 2.1 Sembilan <i>Building blocks</i> dalam <i>Business Model Canvas</i> ..... | 12 |
| Gambar 2.2 <i>Business Model Canvas</i> .....                                       | 13 |
| Gambar 2.3 <i>Rating</i> pada EFAS dan IFAS.....                                    | 20 |
| Gambar 2.4 Diagram Kerangka Pemikiran .....   | 33 |
| Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....  | 37 |
| Gambar 3.2 Kelas Interval.....  | 42 |
| Gambar 3.3 Garis Kontinum .....   | 42 |
| Gambar 4.1 Garis Kontinum Kekuatan <i>Customer Segments</i> .....                   | 56 |
| Gambar 4.2 Garis Kontinum Kelemahan <i>Customer Segments</i> .....                  | 56 |
| Gambar 4.3 Garis Kontinum Peluang <i>Customer Segments</i> .....                    | 57 |
| Gambar 4.4 Garis Kontinum Ancaman <i>Customer Segments</i> .....                    | 58 |
| Gambar 4.5 Garis Kontinum Kekuatan <i>Value Propositions</i> .....                  | 59 |
| Gambar 4.6 Garis Kontinum Kelemahan <i>Value Propositions</i> .....                 | 60 |
| Gambar 4.7 Garis Kontinum Peluang <i>Value Propositions</i> .....                   | 61 |
| Gambar 4.8 Garis Kontinum Ancaman <i>Value Propositions</i> .....                   | 62 |
| Gambar 4.9 Garis Kontinum Kekuatan <i>Channels</i> .....                            | 64 |
| Gambar 4.10 Garis Kontinum Kelemahan <i>Channels</i> .....                          | 65 |
| Gambar 4.11 Garis Kontinum Peluang <i>Channels</i> .....                            | 66 |
| Gambar 4.12 Garis Kontinum Ancaman <i>Channels</i> .....                            | 66 |
| Gambar 4.13 Garis Kontinum Kekuatan <i>Customer Relationships</i> .....             | 67 |
| Gambar 4.14 Garis Kontinum Kelemahan <i>Customer Relationships</i> .....            | 68 |
| Gambar 4.15 Garis Kontinum Peluang <i>Customer Relationships</i> .....              | 70 |
| Gambar 4.16 Garis Kontinum Ancaman <i>Customer Relationships</i> .....              | 70 |
| Gambar 4.17 Garis Kontinum Kekuatan <i>Revenue Stream</i> .....                     | 72 |
| Gambar 4.18 Garis Kontinum Kelemahan <i>Revenue Stream</i> .....                    | 74 |
| Gambar 4.19 Garis Kontinum Peluang <i>Revenue Stream</i> .....                      | 75 |
| Gambar 4.20 Garis Kontinum Ancaman <i>Revenue Stream</i> .....                      | 76 |
| Gambar 4.21 Garis Kontinum Kekuatan <i>Key Resources</i> .....                      | 76 |
| Gambar 4.22 Garis Kontinum Kelemahan <i>Key Resources</i> .....                     | 77 |
| Gambar 4.23 Garis Kontinum Peluang <i>Key Resources</i> .....                       | 78 |
| Gambar 4.24 Garis Kontinum Ancaman <i>Key Resources</i> .....                       | 79 |
| Gambar 4.25 Garis Kontinum Kekuatan <i>Key Activities</i> .....                     | 80 |

|             |  |    |
|-------------|--|----|
| Gambar 4.26 | Garis Kontinum Kelemahan <i>Key Activities</i> .....   | 81 |
| Gambar 4.27 | Garis Kontinum Peluang <i>Key Activities</i> .....     | 82 |
| Gambar 4.28 | Garis Kontinum Ancaman <i>Key Activities</i> .....     | 83 |
| Gambar 4.29 | Garis Kontinum Kekuatan <i>Key Partnerships</i> .....  | 84 |
| Gambar 4.30 | Garis Kontinum Kelemahan <i>Key Partnerships</i> ..... | 84 |
| Gambar 4.31 | Garis Kontinum Peluang <i>Key Partnerships</i> .....   | 85 |
| Gambar 4.32 | Garis Kontinum Ancaman <i>Key Partnerships</i> .....   | 86 |
| Gambar 4.33 | Garis Kontinum Kekuatan <i>Cost Structure</i> .....    | 87 |
| Gambar 4.34 | Garis Kontinum Kelemahan <i>Cost Structure</i> .....   | 88 |
| Gambar 4.35 | Garis Kontinum Peluang <i>Cost Structure</i> .....     | 89 |
| Gambar 4.36 | Garis Kontinum Ancaman <i>Cost Structure</i> .....     | 90 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1.1 Produk dan Spesifikasi PT. Baja Bahana Utama .....                                   | 5  |
| Tabel 1.2 Project dan lokasi PT. Baja Bahana Utama .....                                       | 6  |
| Tabel 2.1 Jenis-jenis dan Fase-fase Saluran .....  | 16 |
| Tabel 2.2 Format Tabel EFAS.....   | 21 |
| Tabel 2.3 Format Tabel IFAS.....   | 22 |
| Tabel 2.4 Format <i>Matriks</i> SWOT.....  | 22 |
| Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu.....  | 23 |
| Tabel 2.6 Literatur Jurnal Nasional .....  | 26 |
| Tabel 2.7 Literatur Jurnal Internasional .....   | 30 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....   | 36 |
| Tabel 3.2 Desain Pengukuran Kuisisioner .....  | 36 |
| Tabel 3.3 Kategori Persentase .....  | 42 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....  | 43 |
| Tabel 4.2 Hasil wawancara.....   | 43 |
| Tabel 4.3 Hasil wawancara.....   | 44 |
| Tabel 4.4 Hasil wawancara.....   | 44 |
| Tabel 4.5 Hasil wawancara.....   | 45 |
| Tabel 4.6 Hasil wawancara.....   | 45 |
| Tabel 4.7 Hasil wawancara.....   | 46 |
| Tabel 4.8 Hasil wawancara.....   | 47 |
| Tabel 4.9 Hasil wawancara.....   | 47 |
| Tabel 4.10 Hasil wawancara.....  | 48 |
| Tabel 4.11 Hasil wawancara.....  | 48 |
| Tabel 4.12 Hasil wawancara.....  | 49 |
| Tabel 4.13 Hasil wawancara.....  | 49 |
| Tabel 4.14 Hasil wawancara.....  | 50 |
| Tabel 4.15 Hasil wawancara.....  | 50 |
| Tabel 4.16 Hasil wawancara.....  | 51 |
| Tabel 4.17 Hasil wawancara.....  | 51 |
| Tabel 4.18 Hasil wawancara.....  | 52 |
| Tabel 4.19 Kesimpulan Hasil Penelitian Wawancara Sembilan Blok <i>Business Model Canvas</i> .. | 52 |
| Tabel 4.20 Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Customer Segments</i> .....                          | 55 |
| Tabel 4.21 Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Customer Segments</i> .....                         | 56 |
| Tabel 4.22 Gambaran Kuesioner Peluang <i>Customer Segments</i> .....                           | 57 |
| Tabel 4.23 Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Customer Segments</i> .....                           | 58 |
| Tabel 4.24 Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Value Propositions</i> .....                         | 59 |

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Tabel 4.25 | Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Value Propositions</i> .....                    | 60 |
| Tabel 4.26 | Gambaran Kuesioner Peluang <i>Value Propositions</i> .....                      | 61 |
| Tabel 4.27 | Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Value Propositions</i> .....                      | 62 |
| Tabel 4.28 | Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Channels</i> .....                               | 63 |
| Tabel 4.29 | Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Channels</i> .....                              | 64 |
| Tabel 4.30 | Gambaran Kuesioner Peluang <i>Channels</i> .....                                | 65 |
| Tabel 4.31 | Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Channels</i> .....                                | 66 |
| Tabel 4.32 | Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Customer Relationships</i> .....                 | 67 |
| Tabel 4.33 | Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Customer Relationships</i> .....                | 68 |
| Tabel 4.34 | Gambaran Kuesioner Peluang <i>Customer Relationships</i> .....                  | 69 |
| Tabel 4.35 | Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Customer Relationships</i> .....                  | 70 |
| Tabel 4.36 | Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Revenue Stream</i> .....                         | 71 |
| Tabel 4.37 | Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Revenue Stream</i> .....                        | 73 |
| Tabel 4.38 | Gambaran Kuesioner Peluang <i>Revenue Stream</i> .....                          | 74 |
| Tabel 4.39 | Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Revenue Stream</i> .....                          | 75 |
| Tabel 4.40 | Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Key Resources</i> .....                          | 76 |
| Tabel 4.41 | Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Key Resources</i> .....                         | 77 |
| Tabel 4.42 | Gambaran Kuesioner Peluang <i>Key Resources</i> .....                           | 78 |
| Tabel 4.43 | Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Key Resources</i> .....                           | 79 |
| Tabel 4.44 | Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Key Activities</i> .....                         | 80 |
| Tabel 4.45 | Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Key Activities</i> .....                        | 81 |
| Tabel 4.46 | Gambaran Kuesioner Peluang <i>Key Activities</i> .....                          | 82 |
| Tabel 4.47 | Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Key Activities</i> .....                          | 83 |
| Tabel 4.48 | Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Key Patnerships</i> .....                        | 83 |
| Tabel 4.49 | Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Key Patnerships</i> .....                       | 84 |
| Tabel 4.50 | Gambaran Kuesioner Peluang <i>Key Patnerships</i> .....                         | 85 |
| Tabel 4.51 | Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Key Patnerships</i> .....                         | 86 |
| Tabel 4.52 | Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Cost Structure</i> .....                         | 87 |
| Tabel 4.53 | Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Cost Structure</i> .....                        | 88 |
| Tabel 4.54 | Gambaran Kuesioner Peluang <i>Cost Structure</i> .....                          | 89 |
| Tabel 4.55 | Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Cost Structure</i> .....                          | 89 |
| Tabel 4.56 | Kesimpulan Hasil Kuesioner Sembilan Blok <i>Business Model Canvas</i> .....     | 90 |
| Tabel 4.57 | <i>Business Model Canvas</i> PT. Baja Bahana Utama Saat Ini .....               | 91 |
| Tabel 4.58 | <i>Business Model Canvas</i> PT. Baja Bahana Utama yang Sudah Diperbaharui..... | 93 |