

ABSTRACT

BUSINESS MODEL AND APPLICATION OF ALTERNATIVE STRATEGIES BY BUSINESS MODEL CANVAS (Study On UKM RadjaPromosi)

By

ELDHO RESTU MAULANA

This study aims to provide a large selection of the right business strategy to UKM RadjaPromosi based Business Model Canvas. This type of research uses descriptive research with a qualitative approach. Informant selection techniques using snowball sampling. Informants from this study are the owners, employees and customers of UKM RadjaPromosi. The data collection technique used was semi-structured interviews and documentation. The results of the identification Business Model Canvas is able to provide a large selection of appropriate business strategy for UKM RadjaPromosi enter the respective elements. Elements customer segment the company's focus on large companies that require promotional souvenir products. Element value propositions necessary to increase convenience for consumers. RadjaPromosi.com channel elements using the web to promote the products and services offered. Elements customer company relationships necessary so that employees respond to customers quickly and availability of facilities. Elements of UKM RadjaPromosi revenue streams derived from sales of goods and services. Elements of key resources companies consist of physical resources, human resources and financial resources. Elements of key activities held in the processes of production and delivery of goods. partnerships UKM RadjaPromosi key element comes from many suppliers, it needs other partners such pegusaha expeditions and community. While the last element that elements of the UKM RadjaPromosi cost structure consists of fixed costs and variable costs. The right strategy is a strategy for UKM RadjaPromosi strengths threats (ST) or strategies diversify.

**Keywords: Business Model Canvas, Implementation, Strategies, of
UKM RadjaPromosi**

ABSTRAK

PENERAPAN MODEL BISNIS DAN STRATEGI ALTERNATIF BERDASARKAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (Studi Pada UKM RadjaPromosi)

Oleh

ELDHO RESTU MAULANA

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pilihan strategi bisnis yang tepat kepada UKM RadjaPromosi berdasarkan *Business Model Canvas*. Tipe penelitian menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pemilihan informan dengan menggunakan *snowball sampling*. Informan dari penelitian ini adalah pemilik, karyawan dan konsumen UKM RadjaPromosi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur dan dokumentasi. Hasil penelitian dari identifikasi *Business Model Canvas* ini dapat memberikan pilihan strategi bisnis yang tepat untuk UKM RadjaPromosi dimasing-masing elemen. Elemen *customer segment* perusahaan fokus pada perusahaan besar yang membutuhkan produk sovenir promosi. Elemen *value propositions* diperlukan peningkatan kenyamanan untuk konsumen. Elemen *channel* memanfaatkan web RadjaPromosi.com untuk mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan. Elemen *customer relationships* perusahaan diperlukan agar karyawan menanggapi konsumen dengan cepat dan ketersediaan fasilitas. Elemen *revenue streams* UKM RadjaPromosi berasal dari penjualan barang dan jasa. Elemen *key resources* perusahaan terdiri dari sumber daya fisik, sumber daya manusia dan sumber daya finansial. Elemen *key activities* yang dimiliki terletak pada proses produksi dan pengiriman barang. Elemen *key partnerships* UKM RadjaPromosi berasal dari banyak pemasok, maka diperlukan mitra lain seperti pegusaha ekspedisi. Sedangkan elemen terakhir yakni elemen *cost structure* dari UKM RadjaPromosi terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Staregi yang tepat untuk UKM RadjaPromosi adalah strategi *strengths threats* (ST) atau strategi *diversifikasi*.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*, Penerapan, Strategi, UKM RadjaPromosi