

## ABSTRAK

### ANALISIS KOMPARATIF MODEL BISNIS HM SAMPOERNA VS GUDANG GARAM

Oleh:

**Rizky Faradila**

Model bisnis adalah sebuah prototipe yang dikembangkan oleh perusahaan dalam rangka menjelaskan bagaimana proses bisnis sebuah perusahaan dan bagaimana proses penciptaan nilai bagi *stakeholders* dalam perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi model bisnis dua perusahaan rokok di Indonesia yakni HM Sampoerna dan Gudang Garam berdasarkan *Business Model Canvas* oleh Osterwalder dan Pigneur yang terdiri dari Segmen Pelanggan, Proposisi Nilai, Saluran, Hubungan Pelanggan, Arus Pendapatan, Sumber Daya Utama, Aktivitas Kunci, Kemitraan Utama, dan Struktur Biaya sehingga kita bisa mengetahui bagaimana kedua perusahaan ini menjalankan bisnis mereka. Dalam langkah evaluasi, digunakanlah teori dari *Blue Ocean Strategy* yang digabungkan dengan *Business Model Canvas* sehingga menghasilkan metode *reduce, eliminate, raise* dan *create* yang kemudian di terapkan pada model bisnis yang sudah ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa HM Sampoerna lebih unggul dalam beberapa segmen seperti *customer segments, value propositions channels* dan *key resources* daripada Gudang Garam dimana HM Sampoerna lebih cepat tanggap dalam membaca pergerakan pasar dan penempatan produknya serta dalam mengelola saluran distribusinya.

**Kata Kunci:** *model bisnis, business model canvas, blue ocean strategy, HM Sampoerna, Gudang Garam.*