

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis formulasi *Business Model Canvas* pada PT. Perdana Satria Trans (Perdana Rent Car). Dan juga mencari tahu inovasi BMC yang dilakukan PT. Perdana Satria Trans (Perdana Rent Car) menggunakan analisis SWOT efektif di wilayah Jawa Tengah.

Metode penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Informan dalam penelitian ini adalah pimpinan dan manajemen PT. Perdana Satria Trans (Perdana Rent Car). Pengumpulan data menggunakan wawancara dan studi dokumentasi. Analisis data menggunakan metode Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer segments* PT. Perdana Satria Trans (Perdana Rent Car) terdiri dari masyarakat lokal tidak memiliki mobil, wisatawan domestik maupun internasional yang sedang berkunjung ke Kabupaten Banyumas serta instansi, lembaga, atau bisnis yang membutuhkan armada. *Value propositions* terdiri dari armada terawat, bersih, sehat, dan terbaru; memiliki istem sewa mudah dan metode antar jemput, harga yang terjangkau serta armada full asuransi dan pajak hidup. *Channel* terdiri dari website resmi, media sosial, iklan cetak dan elektronik, tersedia di aplikasi travel dan anggota paguyuban rental mobil. *Customer relationships* dengan memiliki database konsumen dan mengirimkan promo. *Revenue streams* terdiri dari kegiatan sewa menyewa kendaraan, penarikan komisi dari transaksi kerja dengan perusahaan sewa mobil lain. *Key resources* yaitu sumber daya fisik, sumber daya manusia, uang perusahaan dan aset intelektual. *Key activities* yaitu menyewakan kendaraan, merawat kendaraan dan kerja sama dengan instansi, biro tur dan travel, perusahaan travel. *Key partnership* dengan paguyuban rental mobil Banyumas, penyedia jasa aplikasi travel, biro pariwisata tur dan travel lokal serta instansi, perusahaan lain, perusahaan travel. Dan *cost structure* perusahaan terdiri dari *fixed cost* dan *variable cost*. Inovasi bisnis pada sembilan elemen BMC menggunakan analisis SWOT yang dilakukan PT. Perdana Satria Trans (Perdana Rent Car) terdiri dari empat strategi. Strategi SO dan WO dapat dilakukan pada elemen *customer segments*, *value propositions*, *channel*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnership* dan *cost structure*. Strategi ST dapat diterapkan pada elemen *value propositions* dan *revenue streams*. Strategi WT dapat diterapkan pada elemen *customer segments* dan *value propositions* milik PT. Perdana Satria Trans (Perdana Rent Car).

Kata Kunci: *Bussines Model Canvas*, Bisnis Rental Mobil, Analisis SWOT