

ABSTRAK

Tiga masalah utama yang paling tinggi dialami oleh perusahaan konstruksi ialah permintaan jasa konstruksi yang menurun, tingkat persaingan yang tinggi, dan harga material yang tidak stabil. Keadaan ini menunjukkan bahwa ditengah persaingan yang sangat ketat, prospek bisnis berupa permintaan jasa konstruksi semakin sempit sehingga menuntut setiap perusahaan konstruksi untuk dapat memiliki keunggulan bersaing mereka masing-masing. Penelitian ini bertujuan untuk merekonstruksi model bisnis di PT.STN dan mengidentifikasi inovasi serta rencana strategis dalam inovasi model bisnis PT.STN.

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam pada tujuh informan yang memiliki latar belakang pekerjaan manajerial di *plant* PT.STN di Pekalongan dan Kudus. Hasil penelitian menunjukkan berbagai elemen model bisnis dalam konsep model bisnis canvas. Inovasi model bisnis melalui *uncaptured value* pada penelitian ini menemukan perlunya inovasi pada *key resources* (penambahan sistem dan aturan perusahaan, timbangan, mesin AMP, truk mixer, mesin pemecah batu, dan peningkatan sumber daya manusia), *customer relationship* (penambahan survei kepuasan pelanggan), *key activities* (penambahan pembinaan dan pelatihan karyawan, peningkatan penyimpanan material dan produksi, peningkatan aktivitas pencarian proyek), *key partners* (bank), *channel* (penambahan promo), dan *cost structure* (penekanan *value* dari pemeliharaan alat produksi).

Kata Kunci : Model Bisnis Canvas, Inovasi Model Bisnis, *Uncaptured Value*

