

## ABSTRAK

Salah satu upaya yang dilakukan Telkom untuk menguatkan kembali porsi *market share*-nya adalah dengan mengembangkan produk inovasi bernama IndiHome Freedom yang menasar segmen pasar milenial. Milenial kini menjadi target yang sangat potensial dalam bisnis digital. Berdasarkan survei, jumlah pengguna layanan internet di Indonesia didominasi oleh segmen ini. Meski potensial, milenial memiliki standar ekspektasi yang cukup tinggi terhadap kualitas layanan digital. Agar produk IndiHome Freedom memenangkan segmen pasar ini, dibutuhkan suatu rancangan model bisnis yang terencana dan dapat dijadikan acuan strategis bagi Telkom.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapat rancangan bisnis yang komprehensif bagi Telkom dalam memenangkan pasar milenial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi manajemen perusahaan dalam melakukan pengambilan keputusan strategis untuk mengembangkan produk inovasi IndoHome Freedom.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan konsep *business model canvas*. Penentuan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, dan metode pengumpulan data yang digunakan meliputi teknik observasi, wawancara mendalam, *focus group discussion*, dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian, ditemukan adanya *gap* di blok elemen *value propositions* dan *customer relationships*. Kesenjangan pada blok elemen ini memberikan peluang bagi perusahaan dalam melakukan pengembangan produk sesuai persepsi konsumen. Sehingga desain kanvas yang dihasilkan tidak hanya dapat diaplikasikan dalam jangka pendek untuk memenangkan pasar, namun juga dapat menjadi acuan jangka panjang perusahaan ketika melakukan pengembangan produk inovasi lainnya.

Kata kunci: model bisnis kanvas, strategi bisnis, keunggulan kompetitif