

Vol. 2, No. 4, Tahun 2026
doi.org/10.63822/7zffgd73
Hal. 8035-8043

Analisis Peran Divisi Business Development dalam Mendukung Pengembangan Bisnis pada PT Len Industri (Persero)

Putri Sulistiani Agustin¹, Firman Yudhanegara²

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati,
Bandung, Indonesia ^{1,2}

*Email putrisulistiani99@gmail.com¹, firman.yudha@uinsgd.ac.id²

Sejarah Artikel:

Diterima 07-07-2026
Disetujui 13-07-2026
Diterbitkan 15-07-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of the Business Development Division in supporting business development at PT Len Industri (Persero). The research employed a descriptive qualitative method, with data collected through observation during the internship program, company documentation, and literature review related to business development. Data were analyzed descriptively to provide an overview of the activities carried out by the Business Development Division in supporting the company's objectives. The results indicate that the Business Development Division plays a strategic role in providing business insights and analyses that support corporate decision-making. The activities include brand awareness analysis, the preparation of Astha Cita branding and Pentahelix strategy studies, Business Model Canvas (BMC) analysis, Porter's Five Forces analysis, and business potential assessment in the Maritime Surveillance System sector. These activities help the company understand market conditions, identify business opportunities, strengthen its competitive position, and formulate business development strategies in accordance with industry needs and technological developments. Therefore, the Business Development Division contributes to supporting business development and enhancing the competitiveness of PT Len Industri (Persero) through the provision of strategic information relevant to the company's long-term sustainability.

Keywords: Business Development, Brand Awareness, Business Model Canvas, Porter's Five Forces, Business Development Strategy

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Divisi Business Development dalam mendukung pengembangan bisnis pada PT Len Industri (Persero). Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan sumber data yang diperoleh melalui observasi selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL), dokumentasi perusahaan, serta studi literatur yang relevan dengan bidang pengembangan bisnis. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk menggambarkan berbagai aktivitas yang dilakukan Divisi Business Development dalam mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Divisi Business Development memiliki peran strategis dalam menyediakan informasi dan kajian bisnis yang mendukung pengambilan keputusan perusahaan. Aktivitas yang dilakukan meliputi analisis *brand awareness*, penyusunan kajian branding Astha Cita dan strategi *Pentahelix*, analisis *Business Model Canvas* (BMC), analisis *Porter's Five Forces*, serta kajian potensi bisnis pada sektor *Maritime Surveillance System*. Berbagai kajian tersebut membantu perusahaan dalam memahami kondisi pasar, mengidentifikasi peluang bisnis, memperkuat

posisi kompetitif, serta menyusun strategi pengembangan bisnis yang sesuai dengan kebutuhan industri dan perkembangan teknologi. Dengan demikian, Divisi Business Development berkontribusi dalam mendukung pengembangan bisnis dan peningkatan daya saing PT Len Industri (Persero) melalui penyediaan informasi strategis yang relevan bagi keberlanjutan perusahaan.

Katakunci: Business Development; Brand Awareness; Business Model Canvas; Porter's Five Forces; Pengembangan Bisnis

PENDAHULUAN

Perkembangan lingkungan bisnis yang semakin dinamis menuntut perusahaan untuk mampu beradaptasi terhadap perubahan teknologi, persaingan pasar, serta kebutuhan pelanggan yang terus berkembang. Dalam menghadapi kondisi tersebut, perusahaan perlu menerapkan strategi yang tepat guna mempertahankan keberlangsungan usaha sekaligus menciptakan peluang pertumbuhan baru. Salah satu fungsi yang memiliki peran penting dalam mendukung upaya tersebut adalah Business Development. Business Development merupakan aktivitas strategis yang berfokus pada penciptaan peluang bisnis baru, pengembangan pasar, pembentukan kemitraan strategis, serta optimalisasi sumber daya perusahaan untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang. Wei dan Lin (2024) menjelaskan bahwa Business Development berperan dalam membantu perusahaan merespons perubahan lingkungan bisnis melalui pengelolaan sumber daya, pengembangan peluang usaha, dan penciptaan nilai tambah bagi organisasi. Dalam praktiknya, Business Development tidak hanya berorientasi pada peningkatan penjualan, tetapi juga mencakup berbagai aktivitas seperti analisis pasar, identifikasi peluang bisnis, pengembangan kerja sama strategis, penyusunan kajian bisnis, serta perumusan strategi perusahaan. Aktivitas tersebut menjadi penting karena keputusan bisnis yang diambil perusahaan harus didasarkan pada informasi yang akurat dan analisis yang komprehensif. Oleh karena itu, keberadaan divisi Business Development menjadi salah satu faktor pendukung dalam meningkatkan daya saing perusahaan di tengah persaingan industri yang semakin kompleks. Salah satu perusahaan yang menerapkan fungsi Business Development adalah PT Len Industri (Persero). PT Len Industri merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang teknologi industri dan elektronika strategis. Sejak menjadi perusahaan pada tahun 1991, PT Len Industri telah mengembangkan berbagai produk dan layanan pada sektor transportasi perkeretaapian, elektronika pertahanan, telekomunikasi, teknologi informasi, serta energi terbarukan. Sebagai perusahaan yang beroperasi pada segmen Business to Business (B2B) dan Business to Government (B2G), PT Len Industri dituntut untuk terus mengembangkan peluang bisnis dan memperluas jaringan kerja sama guna mendukung pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan. Dalam mendukung pengembangan bisnis perusahaan, Divisi Business Development memiliki berbagai tugas strategis, seperti melakukan kajian potensi bisnis, menganalisis kondisi pasar, mengidentifikasi peluang usaha baru, melakukan pemetaan pemangku kepentingan (*stakeholder mapping*), serta menyusun berbagai analisis strategis yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan perusahaan. Selain itu, penggunaan berbagai alat analisis seperti *Business Model Canvas* (BMC) dan *Porter's Five Forces* juga dapat membantu perusahaan dalam memahami kondisi industri, memetakan model bisnis, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi perusahaan. Beberapa penelitian terdahulu telah membahas peran Business Development dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan bisnis perusahaan. Wei dan Lin (2024) menjelaskan bahwa Business Development memiliki peran penting dalam menciptakan peluang pertumbuhan baru,

meningkatkan kemampuan adaptasi perusahaan, serta mendukung pengembangan strategi yang berorientasi pada keberlanjutan bisnis. Penelitian lain yang dilakukan oleh Pratama dan Yuana (2022) mengenai pengembangan bisnis menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) menunjukkan bahwa pemetaan model bisnis dapat membantu perusahaan mengidentifikasi peluang pasar, memahami kebutuhan pelanggan, serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang lebih efektif. Temuan tersebut menunjukkan bahwa analisis model bisnis menjadi salah satu instrumen penting dalam mendukung proses pengembangan bisnis perusahaan. Selanjutnya, Kurniawati, Aulawi, dan Rismawati (2022) menemukan bahwa strategi pengembangan bisnis yang disusun melalui analisis lingkungan internal dan eksternal mampu meningkatkan daya saing perusahaan. Penelitian tersebut menegaskan bahwa pengambilan keputusan strategis memerlukan kajian yang komprehensif terhadap kondisi perusahaan dan lingkungan bisnis yang dihadapi. Penelitian yang dilakukan oleh Widjajanti, Prihantini, dan Wijayanti (2022) menunjukkan bahwa penerapan *Business Model Canvas* dapat mendukung pengembangan bisnis yang berkelanjutan melalui identifikasi peluang usaha dan inovasi model bisnis. Selain itu, penelitian Syahfitri, Nurhadi, dan Amir (2022) menjelaskan bahwa penggunaan *Business Model Canvas* membantu perusahaan dalam meningkatkan efektivitas model bisnis serta mengidentifikasi peluang pasar yang berpotensi meningkatkan kinerja perusahaan. Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Business Development, analisis model bisnis, serta strategi pengembangan usaha memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan. Namun, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada perusahaan swasta, UMKM, maupun startup. Penelitian yang secara khusus mengkaji peran Divisi Business Development dalam mendukung pengembangan bisnis pada perusahaan teknologi dan industri strategis milik negara, khususnya PT Len Industri (Persero) masih relatif terbatas. Selain itu, belum banyak penelitian yang membahas implementasi aktivitas Business Development melalui penyusunan kajian bisnis, analisis peluang usaha, pemetaan stakeholder, serta penggunaan alat analisis strategis dalam mendukung pengembangan bisnis perusahaan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang menjadi dasar dilaksanakannya penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menjawab permasalahan mengenai bagaimana peran Divisi Business Development dalam mendukung pengembangan bisnis perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Divisi Business Development serta mengidentifikasi kontribusinya terhadap pengembangan bisnis PT Len Industri (Persero).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam peran Divisi Business Development dalam mendukung pengembangan bisnis pada PT Len Industri (Persero). Menurut Sugiyono (2023), penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek secara alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan analisis data. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai aktivitas Business Development yang dilaksanakan dalam lingkungan perusahaan.

Penelitian dilaksanakan di PT Len Industri (Persero), khususnya pada Divisi Business Development. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada keterlibatan peneliti dalam kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) sehingga memungkinkan peneliti untuk mengamati secara langsung berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pengembangan bisnis perusahaan. Fokus penelitian diarahkan pada peran Divisi Business

Development dalam mendukung pengembangan bisnis melalui penyusunan kajian bisnis, identifikasi peluang usaha, analisis pasar, serta aktivitas strategis lainnya yang berkaitan dengan pengembangan perusahaan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi dilakukan selama kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dengan mengamati secara langsung aktivitas yang dilaksanakan oleh Divisi Business Development. Dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan data dari dokumen perusahaan yang dapat diakses, laporan kegiatan, *company profile*, serta informasi yang tersedia pada media resmi perusahaan. Selain itu, studi pustaka dilakukan dengan mengkaji berbagai buku, jurnal ilmiah, dan sumber referensi lainnya yang berkaitan dengan Business Development dan pengembangan bisnis. Menurut Creswell dan Creswell (2023), penggunaan berbagai sumber data dalam penelitian kualitatif dapat meningkatkan kedalaman informasi dan memperkuat hasil penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang bertugas mengumpulkan, mengolah, serta menganalisis data yang diperoleh selama penelitian berlangsung. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Analisis dilakukan melalui tiga tahapan yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap reduksi data dilakukan dengan memilih informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk uraian naratif sehingga memudahkan proses interpretasi. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan pola, hubungan, dan temuan yang diperoleh selama penelitian.

Untuk meningkatkan kredibilitas data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber melalui perbandingan data hasil observasi dengan berbagai dokumen dan referensi yang digunakan. Menurut Moleong (2021), triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan berbagai sumber data untuk memperoleh tingkat kepercayaan hasil penelitian yang lebih tinggi. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif mengenai peran Divisi Business Development dalam mendukung pengembangan bisnis pada PT Len Industri (Persero).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Branding Astha Cita dan Strategi Pentahelix

Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu aktivitas yang dilakukan oleh Divisi Business Development PT Len Industri (Persero) selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah penyusunan kajian branding Astha Cita dan strategi Pentahelix. Kajian ini bertujuan untuk memperkuat posisi perusahaan sebagai perusahaan teknologi pertahanan nasional yang memiliki kapabilitas terintegrasi dalam mendukung kemandirian industri pertahanan Indonesia. Berdasarkan hasil kajian PT Len tidak hanya berperan sebagai produsen teknologi pertahanan, tetapi juga sebagai integrator sistem yang mampu menghubungkan berbagai teknologi strategis nasional. Delapan fokus utama yang menjadi bagian dari Astha Cita PT Len meliputi semikonduktor, *artificial intelligence* (AI), *cyber security*, sensor optik, radar dan *electronic warfare*, *robotics* dan *unmanned aerial system* (UAS), satelit dan *remote sensing*, serta *command and control system*. Dalam praktiknya, branding Astha Cita digunakan sebagai sarana untuk memperkuat identitas perusahaan di hadapan para pemangku kepentingan. Hasil observasi menunjukkan bahwa pendekatan branding yang dilakukan tidak hanya bertujuan meningkatkan pengenalan perusahaan, tetapi juga membangun kepercayaan terhadap kemampuan teknologi yang dimiliki. Menurut Aaker (1996),

brand awareness merupakan kemampuan suatu merek untuk dikenali dan diingat oleh pasar sasaran sehingga dapat memengaruhi persepsi dan preferensi terhadap perusahaan. Dalam konteks PT Len, penguatan *brand awareness* menjadi penting karena perusahaan bergerak pada sektor *business to government* (B2G) dan *business to business* (B2B) yang sangat bergantung pada kepercayaan dan reputasi. Selain branding Astha Cita, hasil kajian menunjukkan bahwa strategi *Pentahelix* juga memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan bisnis perusahaan. Strategi ini melibatkan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, industri, komunitas, dan media dalam menciptakan ekosistem inovasi yang berkelanjutan. Berdasarkan hasil pengamatan selama PKL, kolaborasi tersebut mampu meningkatkan legitimasi perusahaan serta memperluas peluang kerja sama strategis. Kondisi ini sejalan dengan pendapat Carayannis dan Campbell (2018) yang menyatakan bahwa kolaborasi multipihak menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong inovasi dan daya saing organisasi. Melalui kajian branding Astha Cita dan strategi *Pentahelix*, Divisi Business Development berperan dalam memperkuat *positioning* perusahaan sekaligus mengidentifikasi peluang kerja sama yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis. Aktivitas ini menunjukkan bahwa pengembangan bisnis tidak hanya bergantung pada kemampuan teknologi, tetapi juga pada kemampuan perusahaan dalam membangun citra, reputasi, dan jaringan kolaborasi yang kuat.

2. Business Model Canvas (BMC)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Divisi Business Development juga melakukan analisis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai alat untuk memahami model bisnis perusahaan secara komprehensif. *Business Model Canvas* digunakan untuk memetakan elemen-elemen utama model bisnis sehingga perusahaan dapat memahami bagaimana nilai diciptakan, disampaikan, dan dipertahankan kepada pelanggan. Menurut Yudha et al. (2023), *Business Model Canvas* merupakan kerangka analisis yang membantu organisasi dalam mengevaluasi model bisnis, mengidentifikasi peluang pengembangan, serta merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif melalui sembilan elemen utama model bisnis.

Berdasarkan hasil kajian, *customer segment* PT Len Industri (Persero) didominasi oleh instansi pemerintah, sektor pertahanan, BUMN, serta berbagai organisasi yang membutuhkan solusi teknologi strategis. Sementara itu, *value proposition* perusahaan terletak pada kemampuan integrasi sistem, penguasaan teknologi nasional, serta pengalaman dalam mengerjakan berbagai proyek strategis nasional. Hasil analisis menunjukkan bahwa PT Len memiliki posisi yang kuat sebagai penyedia solusi teknologi terintegrasi yang mampu memenuhi kebutuhan sektor pemerintah maupun industri pertahanan.

Selain itu, hasil observasi selama Praktik Kerja Lapangan menunjukkan bahwa penerapan *Business Model Canvas* membantu Divisi Business Development dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta arah pengembangan model bisnis perusahaan. Melalui pemetaan tersebut, perusahaan memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi yang perlu diprioritaskan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, *Business Model Canvas* menjadi salah satu instrumen penting yang mendukung proses perencanaan strategis perusahaan.

3. Analisis Porter's Five Forces

Selain *Business Model Canvas*, Divisi Business Development juga melakukan analisis lingkungan industri menggunakan pendekatan *Porter's Five Forces*. Analisis ini bertujuan untuk memahami tingkat persaingan industri serta berbagai faktor eksternal yang dapat memengaruhi keberlangsungan bisnis perusahaan. Menurut Sari dan Prabowo (2025), analisis *Porter's Five Forces* merupakan kerangka strategis yang digunakan untuk mengevaluasi struktur persaingan industri melalui lima aspek utama, yaitu ancaman

pendatang baru, daya tawar pemasok, daya tawar pembeli, ancaman produk substitusi, dan intensitas persaingan antarperusahaan. Analisis tersebut membantu perusahaan dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih adaptif terhadap dinamika lingkungan industri.

Hasil kajian menunjukkan bahwa industri teknologi pertahanan memiliki hambatan masuk yang relatif tinggi karena membutuhkan investasi yang besar, penguasaan teknologi yang kompleks, serta regulasi yang ketat. Kondisi tersebut menyebabkan ancaman pendatang baru relatif lebih rendah dibandingkan sektor industri lainnya. Namun demikian, tingkat persaingan tetap tinggi karena perusahaan harus bersaing dengan berbagai perusahaan teknologi dan pertahanan, baik dari dalam maupun luar negeri. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wei dan Lin (2024) yang menjelaskan bahwa pengembangan bisnis pada industri berbasis teknologi sangat dipengaruhi oleh kemampuan inovasi, penguasaan teknologi, serta kemampuan organisasi dalam merespons perubahan lingkungan bisnis secara berkelanjutan.

Pada sisi pembeli, pemerintah sebagai pelanggan utama memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap arah bisnis perusahaan. Di sisi lain, perkembangan teknologi yang berlangsung sangat cepat menuntut perusahaan untuk terus berinovasi agar mampu mempertahankan daya saing. Wei dan Lin (2024) juga menegaskan bahwa organisasi yang bergerak pada sektor teknologi perlu melakukan evaluasi lingkungan bisnis secara berkelanjutan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dapat memengaruhi pertumbuhan perusahaan. Berdasarkan hasil analisis, pemahaman terhadap kondisi industri melalui pendekatan *Porter's Five Forces* memberikan gambaran mengenai peluang dan tantangan yang dihadapi PT Len Industri (Persero), sehingga dapat menjadi dasar dalam penyusunan strategi pengembangan bisnis perusahaan.

Selain itu, hasil observasi selama PKL menunjukkan bahwa analisis *Porter's Five Forces* membantu Divisi Business Development dalam mengidentifikasi posisi kompetitif perusahaan di industri pertahanan nasional. Informasi tersebut menjadi dasar dalam penyusunan rekomendasi strategi bisnis, pengembangan produk, serta pencarian peluang kerja sama yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan di masa mendatang.

4. Kajian Potensi Bisnis Maritime Surveillance System

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Divisi Business Development juga melakukan kajian potensi bisnis pada sektor *Maritime Surveillance System* sebagai salah satu peluang pengembangan bisnis perusahaan. Kajian ini dilakukan untuk mengidentifikasi potensi pasar, kebutuhan pelanggan, perkembangan teknologi, serta peluang kerja sama yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis perusahaan di masa mendatang.

Berdasarkan hasil kajian, sektor pengawasan maritim memiliki prospek pertumbuhan yang sangat baik seiring meningkatnya kebutuhan keamanan laut, pengawasan wilayah perbatasan, dan perlindungan jalur perdagangan internasional. Selain itu, kawasan Asia Pasifik diproyeksikan menjadi salah satu pasar dengan pertumbuhan tercepat untuk sistem pengawasan maritim. Kondisi tersebut membuka peluang bagi PT Len untuk mengembangkan berbagai solusi teknologi yang berkaitan dengan radar pantai, *Automatic Identification System* (AIS), kamera pengawas, *command and control system*, serta berbagai sistem pemantauan maritim lainnya.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Margaretha, Syuzairi, dan Mahadiansar (2024) yang menyatakan bahwa transformasi digital pada sektor maritim mendorong penggunaan teknologi pengawasan yang semakin terintegrasi guna meningkatkan efektivitas pengelolaan dan keamanan wilayah laut. Selain

itu, peningkatan tantangan keamanan maritim mendorong kebutuhan terhadap sistem pengawasan laut yang mampu mengintegrasikan berbagai sumber data dan teknologi pemantauan secara *real time*.

Hasil kajian juga menunjukkan adanya tren global menuju integrasi sensor, penggunaan sistem tanpa awak (*unmanned system*), dashboard terintegrasi, radar jarak jauh, serta pemanfaatan teknologi cloud dan *command and control modern*. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan pasar tidak hanya berfokus pada perangkat keras, tetapi juga pada kemampuan integrasi sistem yang menjadi salah satu kompetensi utama PT Len. Kondisi ini sejalan dengan karakteristik bisnis PT Len yang berperan sebagai integrator teknologi pada berbagai proyek strategis nasional sebagaimana dijelaskan dalam profil perusahaan PT LEN Industri (Persero) (2025).

Selain peluang pasar, kajian ini juga mengidentifikasi berbagai calon mitra strategis baik di tingkat nasional maupun internasional yang dapat mendukung pengembangan bisnis perusahaan. Oleh karena itu, kajian potensi bisnis menjadi salah satu aktivitas penting dalam proses identifikasi peluang usaha dan penyusunan rekomendasi strategis perusahaan. Melalui kajian ini, Divisi Business Development mampu memberikan informasi yang lebih komprehensif mengenai arah pengembangan bisnis perusahaan serta potensi pasar yang dapat dimanfaatkan pada masa mendatang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Divisi Business Development PT Len Industri (Persero) memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan bisnis perusahaan melalui berbagai aktivitas kajian dan analisis bisnis. Peran tersebut diwujudkan melalui penyusunan kajian *branding* Astha Cita dan strategi *Pentahelix*, analisis *Business Model Canvas* (BMC), analisis lingkungan industri menggunakan *Porter's Five Forces*, serta kajian potensi bisnis *Maritime Surveillance System*. Berbagai aktivitas tersebut memberikan informasi yang diperlukan perusahaan dalam memahami kondisi pasar, perkembangan teknologi, peluang kerja sama, serta arah pengembangan bisnis yang dapat dilakukan di masa mendatang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kajian yang dilakukan Divisi Business Development tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi pendukung, tetapi juga sebagai dasar dalam proses pengambilan keputusan strategis perusahaan. Melalui analisis yang sistematis, perusahaan mampu mengidentifikasi peluang pertumbuhan, memperkuat posisi kompetitif, serta menyesuaikan strategi bisnis dengan dinamika industri teknologi dan pertahanan yang terus berkembang. Dengan demikian, Divisi Business Development berkontribusi secara signifikan dalam mendukung keberlanjutan dan pengembangan bisnis PT Len Industri (Persero) melalui penyediaan informasi strategis yang relevan bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Sari, I. A. P., & Prabowo, A. (2025). Analisis strategi persaingan PT Indofood Sukses Makmur Tbk dengan pendekatan Porter's Five Forces. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 5734–5743. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.30364>
- Wei, Y. M., & in, H. M. (2024). Revisiting business development: A review, reconceptualization, and proposed framework. *ResearchGate*.

- https://www.researchgate.net/publication/381163671_Revisiting_business_development_a_review_reconceptualization_and_proposed_framework
- Margaretha, R., Syuzairi, M., & Mahadiansar, M. (2024). Digital transformation in the maritime industry: Opportunities and challenges for Indonesia. *Journal of Maritime Policy Science*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.31629/jmps.v1i1.7003>
- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. The Free Press.
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2018). Smart quintuple helix innovation systems: How social ecology and environmental protection are driving innovation, sustainable development and economic growth. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-75368-1>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). Sage Publications.
- Kurniawati, E., et al. (2022). Analisis strategi pengembangan bisnis dengan metode Business Model Canvas (BMC) dan QSPM. *Jurnal Kaibrasi*. <https://jurnal.itg.ac.id/index.php/kaibrasi/article/view/1152>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moong, J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Pratama, A., & Yuana, . (2022). Analisis pengembangan bisnis dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC). ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/383520194_ANALISIS_PENGEMBANGAN_BISNIS_DENGAN_MENGGUNAKAN_BMC_BUSINESS_MODE_CANVAS
- Sari, I. A. P., & Prabowo, A. (2025). Analisis strategi persaingan PT Indofood Sukses Makmur Tbk dengan pendekatan Porter's Five Forces. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2). <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.30364>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Syahfitri, S., et al. (2022). *Bisnis model canvas pada PT Pabrik Gula Candi Baru Sidoarjo Jawa Timur*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/361564473_Bisnis_Model_Kanvas_Pada_PT_Pabrik_Gula_Candi_Baru_Sidoarjo_Jawa_Timur
- Wei, Y. M., & Lin, H. M. (2024). Revisiting business development: A review, reconceptualization, and proposed framework. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/381163671_Revisiting_business_development_a_review_reconceptualization_and_proposed_framework
- Wei, Y. M., & Lin, H. M. (2024). Scrutinizing business development research: Dynamic retrospective analysis and conceptual evolution. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/380009928_Scrutinizing_Business_Development_Research_Dynamic_Retrospective_Analysis_and_Conceptual_Evolution
- Widjajanti, K., et al. (2022). Sustainable development of business with canvas business model approach. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(3). <https://doi.org/10.18280/ijstdp.170334>
- Yudha, M. M., Mariam, I., & Rosalina, E. (2023). Analisis strategi pengembangan usaha dengan pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22(1). <https://doi.org/10.32722/eb.v22i1.5291>

-
- Hidayat, M., Firmansyah, R., & Setiawan, A. (2024). System integration capability in defense technology development. *Journal of Defense Technology and Innovation*, 6(1), 21–35.
- Yudha, M. M., Mariam, I., & Rosalina, E. (2023). Analisis strategi pengembangan usaha dengan pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(1), 17–24
<https://doi.org/10.32722/eb.v22i1.5291>
- Kurniawati, R., Auwi, H., & Rismawati, S. (2022). Analisis strategi pengembangan bisnis dengan metode Business Model Canvas (BMC) dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *Jurnal Kairasi*, 20(2), 93–101. <https://doi.org/10.33364/kairasi.v20i2.1152>
- PT LEN Industri (Persero). (2025). Diakses pada 01 Juli 2026. Profil perusahaan. <https://www.len.co.id>