

ABSTRAK

Probioterra Lestari adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri obat tradisional berbasis probiotik, yang berlokasi di Kota Surakarta. Produk utamanya, Bioterra, merupakan nutrisi herbal probiotik yang dirancang untuk menjaga kesehatan dan keseimbangan mikroba dalam tubuh manusia. Di tengah meningkatnya tren gaya hidup sehat pasca pandemi COVID-19, perusahaan menghadapi berbagai tantangan eksternal seperti naiknya harga bahan baku dan munculnya produk substitusi, serta tantangan internal seperti keterbatasan distribusi, pemasaran digital yang belum optimal, dan sumber daya manusia yang belum maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan inovasi model bisnis dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan memberikan usulan model bisnis baru yang lebih adaptif.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Langkah awal penelitian dimulai dengan observasi dan wawancara mendalam terhadap pihak internal dan pelanggan Probioterra Lestari, kemudian dilakukan pemetaan model bisnis saat ini. Langkah selanjutnya dilakukan penyusunan *Value Proposition Canvas*, serta analisis lingkungan bisnis eksternal dan internal. Setelah itu langkah terakhir adalah perancangan model bisnis usulan berbasis pendekatan BMC. Hasil dari penelitian ini adalah rancangan *Business Model Canvas* usulan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi Probioterra Lestari. Inovasi bisnis difokuskan pada peningkatan aktivitas digital marketing, perluasan segmen pasar, penguatan kanal distribusi, serta pengembangan kapasitas SDM. Berdasarkan analisis yang dilakukan, usulan model bisnis baru ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha Probioterra Lestari di masa mendatang.

Kata Kunci : Model Bisnis, *Business Model Canvas*, *Value Proposition Canvas*