

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pendorong utama pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan terus berkembang di berbagai sektor. Namun, tingginya jumlah pelaku usaha memicu persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, para pelaku usaha perlu berinovasi dalam produk mereka untuk tetap kompetitif dan unggul di tengah persaingan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan memvalidasi model bisnis CV Inti Karya Bersama melalui tiga aspek utama yaitu desirability, viability, dan feasibility. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta strategi studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aspek desirability, pelanggan merasa puas terhadap desain, fungsi, dan kemudahan penggunaan produk, memvalidasi elemen customer segment, value proposition, dan channel. Pada aspek viability, harga dinilai sesuai dengan kualitas, memvalidasi elemen revenue streams. Sementara itu, pada aspek feasibility, sistem pemesanan berjalan baik dan pengiriman tepat waktu.

Kesimpulan menyatakan bahwa model bisnis CV Inti Karya Bersama layak dikembangkan, dengan saran untuk mempertahankan segmen pelanggan potensial, memperkuat nilai produk, dan mengoptimalkan pemasaran digital. Secara akademis, penelitian ini dapat menjadi referensi awal bagi validasi model bisnis UMKM non-kuliner, dan disarankan agar studi selanjutnya menambahkan metode kuantitatif guna memperoleh data yang luas. Secara praktis, CV.Inti Karya Bersama disarankan menyediakan layanan custom order, memperluas promosi kepada platform lain, serta menjalin kerja sama dengan influencer untuk meningkatkan jangkauan pasar.

Kata Kunci : bisnis model kanvas, validasi model bisnis, pengembangan produk, pengembangan produk, testing business ideas.