

ABSTRAK

Jumlah kedai kopi yang ada di Kota Bandung melebihi angka 100 dan terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Ini semakin menunjukkan persaingan yang ramai. Salah satu *coffee shop* yang merasakan ketatnya persaingan adalah Nurona Space. Nurona Space selama 3 tahun berdiri diketahui bahwa mengalami penurunan penjualan yang lebih besar dibandingkan peningkatan penjualan. Menurut penjelasan pemilik Nurona sendiri, penurunan penjualan ini terjadi akibat terjadi semakin beragam segmen pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini untuk memvalidasi model bisnis menggunakan metode validasi model bisnis terhadap pengembangan produk pada Nurona Space dengan melakukan pengujian pada blok BMC yang diprioritaskan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi dengan menggunakan metode kualitatif. Teori validasi model bisnis pada penelitian ini diterapkan mulai dari membangun bisnis model kanvas yang ingin dikembangkan yang kemudian dianalisis dengan pengujian ide bisnis untuk memvalidasi kesesuaian nilai dengan target konsumen yang nantinya akan menghasilkan saran tindak lanjut untuk pengembangan Nurona Space.

Dari validasi yang dilakukan terhadap model bisnis pengembangan produk dihasilkan bisnis model kanvas yang sesuai dengan hasil pengujian dimana berfokus pada tiga blok kanvas model bisnis tersebut, pada blok *value proposition* dihasilkan pengujian valid, pada blok *customer relationship* dihasilkan pengujian yang valid, dan pada *revenue stream* dihasilkan pengujian yang valid.

Kata Kunci: startup, bisnis model kanvas, pengujian ide bisnis, validasi model bisnis, pengembangan produk