



ABSTRAK

Industri desain interior dan furniture di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, didorong oleh peningkatan daya beli masyarakat dan perubahan tren gaya hidup. Namun, persaingan yang ketat, rendahnya loyalitas tenaga kerja, serta keterbatasan pemasaran digital menjadi tantangan bagi CV Creative Design. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan model bisnis CV Creative Design yang inovatif agar dapat meningkatkan daya saing dalam industri yang semakin kompetitif. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, focus group discussion (FGD) dengan pemilik dan karyawan, wawancara mendalam dengan pelaku industri, serta survei terhadap karyawan untuk mengidentifikasi tantangan utama dalam pengelolaan bisnis. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola strategi bisnis yang efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk meningkatkan daya saing, CV Creative Design perlu mengoptimalkan pemasaran digital melalui media sosial dan SEO, memperkuat kemitraan strategis dengan agen properti dan komunitas desain, serta mengadopsi teknologi visualisasi 3D dan CAD untuk meningkatkan efisiensi dan pengalaman pelanggan. Selain itu, perusahaan dapat menerapkan sistem insentif berbasis proyek untuk meningkatkan loyalitas tenaga kerja serta menawarkan solusi desain *turnkey* sebagai proposisi nilai utama. Keberlanjutan juga menjadi elemen penting dengan penggunaan material ramah lingkungan. Penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan model bisnis berbasis inovasi di industri desain interior, serta memberikan wawasan bagi akademisi dan praktisi terkait strategi keberlanjutan dalam sektor kreatif. Dengan menerapkan strategi yang diusulkan, CV Creative Design diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

Kata kunci: *model bisnis, Business Model Canvas, inovasi, desain interior, pemasaran digital, loyalitas karyawan, industri kreatif.*



ABSTRACT

The interior design, furniture, and construction industries in Indonesia are experiencing rapid growth, driven by increasing consumer purchasing power and evolving lifestyle trends. However, intense competition, low employee loyalty, and limited digital marketing pose significant challenges for CV Creative Design. This study aims to design and develop an innovative business model for CV Creative Design to enhance its competitiveness in an increasingly dynamic industry. This research employs a qualitative approach with a case study method. Data were collected through observations, focus group discussions (FGDs) with owners and employees, in-depth interviews with industry professionals, and employee surveys to identify key business management challenges. The data were analyzed using thematic analysis to determine effective business strategies. The findings indicate that to improve competitiveness, CV Creative Design must optimize digital marketing through social media and SEO, strengthen strategic partnerships with property agents and design communities, and adopt 3D visualization and CAD technology to enhance efficiency and customer experience. Additionally, the company can implement a project-based incentive system to increase employee loyalty and offer turnkey design solutions as its primary value proposition. Sustainability also emerges as a crucial element, emphasizing the use of eco-friendly materials. This study contributes to the development of innovation-driven business models in the interior design industry and provides insights for both academics and practitioners regarding sustainable strategies in the creative sector. By implementing the proposed strategies, CV Creative Design is expected to enhance its competitiveness and achieve sustainable business growth.

Keywords: business model, Business Model Canvas, innovation, interior design, digital marketing, employee loyalty, creative industry.