

Menentukan Minimum Viable Product Bagi Usaha Sosial

Untuk Menghasilkan Produk yang Berkualitas


Mengimplementasikan Ide
Mengembangkan Produk



HASIL KOLABORASI OLEH TIM:

DITULIS & DIADAPTASI OLEH:
Calvin Murrin Yp

TERINSPIRASI DARI:
Technopedia (2015) Minimum Viable Product
LEAN StartUp Circle (2016) 5 Steps to building Minimum Viable Product with Story Mapping





Menentukan Minimum Viable Product bagi Usaha Sosial

Mungkin sebagian dari Anda belum mengetahui apa itu *Minimum Viable Product*. Memang istilah ini jarang diketahui oleh wirausahawan sosial, khususnya di Indonesia. Namun sebagai wirausahawan sosial yang baik, Anda harus mengetahui apa itu MVP dan kegunaannya agar Usaha Sosial Anda dapat menjadi lebih baik dan menguntungkan.

Apa Itu *Minimum Viable Product* (MVP)?

Minimum Viable Product (MVP) adalah sebuah teknik pengembangan produk dimana sebuah produk baru atau *website* dikembangkan dengan fitur-fitur atau karakteristik tertentu untuk dicoba oleh pengguna awal terlebih dahulu. Produk final baru dibuat ketika sudah ada masukan dan saran dari pengguna awal.

Beberapa Karakteristik MVP

1. Memiliki cukup nilai hingga orang tetap ingin menggunakannya atau membelinya walaupun belum terlalu sempurna
2. Dapat memperlihatkan keuntungan di masa depan untuk pengguna awal
3. Terdapat mekanisme kritik saran untuk pengembangan di masa depan





Menentukan Minimum Viable Product bagi Usaha Sosial

Contoh Penggunaan *Minimum Viable Product* (MVP)

Budi memiliki ide untuk membuat keripik dari ubi jalar yang unik. Kemudian Budi mengidentifikasi "Apa itu unik?" dan "Bagaimana karakteristik unik". Budi akhirnya mengidentifikasi "unik" sebagai "rasa unik" daripada "kemasan unik" atau "promosi unik". "Rasa unik" diidentifikasi sebagai rasa yang belum pernah ada sebelumnya. Budi akan mencoba membuat keripik ubi jalar rasa ayam panggang, rasa susu, dan rasa ikan asin. Itulah yang disebut sebagai proses membuat MVP. Setelah itu, Budi membuat prototipe awal keripik ubi jalar tersebut. Keripik tersebut dicoba dijual atau diberikan ke tetangganya. Budi kemudian menghubungi konsumennya dan menggali kritik dan saran tentang produknya sebelum kemudian memodifikasinya kembali. Proses ini dilakukan berulang kali sehingga hampir semua kritik dan saran dapat ditampung dan dijadikan produk final.

