

ABSTRAK

Tantangan memulai bisnis baru adalah menemukan dan memahami konsumen yang mereka sasar adalah sesuai dan tertarik untuk membeli atau mengonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan. Perubahan dari kebutuhan dan keinginan dari konsumen saat ini sangat beragam dan cepat berubah, ditambah dengan kompetisi dari para kompetitor yang sudah lebih dulu ada dan ukurannya lebih besar sehingga informasi dalam profil konsumen yang dilayani adalah suatu keuntungan bagi bisnis baru. Menentukan nilai yang ditawarkan pada konsumen yang ditargetkan membutuhkan analisis yang lebih akurat sehingga terdapat kesesuaian antara proposisi nilai bisnis baru dengan konsumen yang akan mengkonsumsinya. Penelitian ini ingin memahami profil konsumen dikaitkan dengan proposisi nilai yang ditawarkan pada suatu bisnis baru daerah wisata Rest Area Pasir Jambu (RAPJ) yang berada di Ciwidey, Kabupaten Bandung, dibawah kepemilikan koperasi perusahaan swasta di Bandung. Hasilnya akan berupa peta keterkaitan/fit antara profil konsumen dan peta nilai RAPJ saat penelitian dilakukan.

Kata kunci: proposisi nilai, peta nilai, profil konsumen, usaha kecil menengah, area wisata