ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada *startup* Hyasrumah dengan obyek penelitian yaitu profil konsumen yang menjadi target konsumen Hyasrumah. Penelitian ini berlandaskan pada masalah yang terjadi pada Hyasrumah yaitu hilangnya konsumen Hyasrumah setelah bulan Juli 2021. Dengan mengetahui profil konsumen maka, perusahaan mampu untuk menciptakan strategi yang tepat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemahaman profil konsumen juga dapat membantu Hyasrumah dalam menentukan segmentasi pasar yang akan dilayani, dan juga dapat membantu dalam membuat nilai proposisi menyesuaikan dengan karakteristik konsumen, apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen mereka. Terdapat beberapa *tools* yang dapat membantu dalam memahami profil konsumen, dan salah satunya adalah peta empati.

Penelitian ini bersifat kualitatif dimana analisis tidak berkaitan dengan analisis statistik atau dengan mekanisme kuantitatif lainnya. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan peta empati sebagai *tools* dalam menganalisa profil konsumen, karena peta empati membantu dalam memahami konsumen dari segi internal, dengan memahami melalui panca indera mereka, maka dapat diketahui kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Dengan subyek penelitian adalah target konsumen Hyasrumah dan objek penelitian adalah pemahaman profil konsumen yang menjadi target konsumen Hyasrumah. Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur, observasi partisipan, *library research*, dan dokumentasi. Kemudian data yang diperoleh akan diolah mencari kesamaan tema, intisari dan dituangkan kedalam *framework of thinking* peta empati.

Wawancara dan dokumentasi dilakukan kepada narasumber yang menjadi informan kunci pada penelitian ini untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam menganalisa profil konsumen Hyasrumah. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa profil konsumen dari Hyasrumah yakni mahasiswa Telkom University yang aktif dalam menggunakan media sosial serta memiliki ketertarikan terhadap jasa desain interior dengan harga terjangkau dan kualitas baik yang dinilai dari portofolio hasil desain, review konsumen, serta garansi yang diberikan.

Kata kunci: profil konsumen, peta empati, desain interior