

## ABSTRAK

Xara Creative merupakan salah satu Usaha Mikro di Kota Bandung yang bergerak di bidang jasa Digital Agency. Tetapi sebelumnya Xara Creative mengalami kegagalan yang mengharuskan untuk memberhentikan usahanya pada tahun 2021 dikarenakan model bisnis yang masih kurang jelas serta sulitnya untuk membentuk value map dan customer profile. Sehingga pada tahun 2022 ini Xara Creative ingin kembali membangun usahanya dengan merombak segala strategi bisnis model yang dimilikinya pada awal mula usaha tersebut di bangun serta melakukan validasi dengan menciptakan *value map* yang sesuai dengan *customer profile* untuk menghindari resiko kegagalan. Permasalahan ini menjadikan tantangan yang mendorong untuk mengetahui lebih jauh permasalahan utama baik yang dialami oleh Xara Creative maupun calon konsumen dari Xara Creative.

Tujuan dari penelitian ini mengidentifikasi *customer profile* Xara Creative, Untuk mengetahui *value map* Xara Creative dan untuk menciptakan kecocokan (fit) antara Value Map dengan Customer Profile pada Xara Creative.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan fenomena penelitian ini diteliti menggunakan metode studi kasus. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara mendalam, observasi, dan pengumpulan data sekunder. Sedangkan narasumber dalam penelitian ini yaitu pemilik Xara Creative dan para pemilik usaha yang menjadi calon konsumen dari Xara Creative.

Hasil penelitian didapatkan bahwa *Customer Profile* pada Xara Creative dalam *Customer Jobs* yaitu konsumen menggunakan jasa digital agency untuk dapat membantu mengelola sosial media serta untuk dapat meningkatkan *brand awareness* dan konsumen merasa senang dengan menggunakan jasa digital agency. Kemudian *Customer Profile* dalam *pains* terdapat keluhan konsumen dimana kurangnya kompetensi digital agency, *output* yang dihasilkan tidak tercapai, biaya dan juga waktu. Selanjutnya *Customer Profile* dalam *gains* yaitu terdapat kualitas layanan yang sesuai harapan, ketercapaian *output*, kelengkapan layanan dan ketepatan waktu. *Value Map* yang didapatkan dari Xara Creative dalam *Pain*

*Relievers* yaitu Adanya layanan Custom Service, Kualitas layanan yang sesuai dengan keinginan konsumen, Kesepakatan mengenai output yang dihasilkan dan Biaya yang terjangkau. Kemudian *Value Map* yang didapatkan dari Xara Creative dalam *Gain Creators* yaitu Layanan yang bervariasi, Dapat mencapai target *audience* secara spesifik dan Biaya yang terjangkau. *Value Map* yang didapatkan dalam *Product and Services* yaitu Xara Creative menyediakan layanan *Social Media Management* dan *Social Media Ads* (periklanan).

Hasil *Fitting* yang didapatkan antara *Customer Profile* dan *Value Map* dari Xara Creative yaitu ditemukan kesenjangan dalam setiap *Customer Profile* dengan *Value Map* untuk itu diusulkan beberapa usulan kesenjangan bagi Xara Creative diantaranya untuk usulan kesenjangan pada *gains* yaitu sistem review pelanggan, layanan yang lengkap, timeline pengerjaan jasa, jaminan garansi terkait Output dan kualitas layanan. Kemudian usulan kesenjangan bagi *pain reliever* yaitu staff yang tersertifikasi, rencana kerja dan menciptakan *Dashboard Project* yang terintegrasi antara SDM dalam digital agency dengan pelanggan yang dapat dijadikan sebagai proposisi nilai bagi Xara Creative.

Kata Kunci: *Value Proposition Design*, Usaha Mikro, *Value Map*, *Customer Profile*