

ABSTRAK

Signature Store merupakan usaha yang bergerak di bidang retail *online* yang menjual produk *fashion* berbasis produk *daily lifewear* dan *lifestyle-stuff* maka dari itu dapat diartikan bahwa Signature Store ini memiliki produk *fashion* untuk penjualannya. *Value Proposition Canvas* ialah salah satu strategi yang berperan dalam menganalisa kebutuhan konsumen dan menghasilkan jawaban akan kebutuhan pasar di dalam bisnis, yang nantinya hasil dari analisa tersebut diharapkan dapat memperkenalkan bisnis ke pangsa pasar yang lebih luas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan hal-hal yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan Signature Store dan peta nilai yang ditawarkan oleh Signature Store melalui pendekatan Desain Proporsi Nilai dari Alexander Osterwalder.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni dengan melakukan wawancara semi-terstruktur kepada 30 informan yang merupakan pelanggan dan calon pelanggan Signature Store yang sudah pernah dan belum pernah melakukan pembelian namun berpotensi akan melakukan pembelian pada Signature Store.

Penelitian ini menggunakan kanvas proposisi nilai bertujuan untuk menunjukkan penyesuaian antara peta nilai dan profil konsumen dari segmen pelanggan Signature Store. Peta nilai Signature Store terdiri dari tiga bagian yaitu *product and services*, *pain relievers* dan *gain creators*. Sementara itu profil konsumen terdiri dari tiga bagian yaitu *customer jobs*, *customer pains* dan *customer gains*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat penyesuaian antara profil konsumen dengan peta nilai yang dapat menjadi acuan untuk Signature Store kedepannya di dalam menentukan segmen pelanggan dan penciptaan produk.

Kata Kunci: *Value Proposition Design, Value Proposition Canvas, Customer Profile, Value Map*