

ABSTRAK

CV Joint Effect Transform (CV Joftra) adalah perusahaan IT yang pada awalnya mengembangkan aplikasi berbasis web untuk company profile, GIS untuk jalan dan jembatan berbagai propinsi di Indonesia. CV Joftra 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 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 CV Joint Effect Transform maupun konsumen dari CV Joint Effect Transform.

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

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 CV Joint Effect Transform dan para pemilik UMKM yang menjadi konsumen dari CV Joint Effect Transform.

Hasil penelitian ini customer pain ialah UMKM sulit mempelajari Sertifikasi Halal /PIRT/ BPOM , literasi teknologi informasi, UMKM menganggap biaya konsultasi besar dan ada kekhawatiran kebocoran data pribadi . Customer gains, manfaat yang dirasakan UMKM adalah menambah pengetahuan dan peningkatan angka penjualan, menambah jejaring bisnis dan dibantu promosi usaha.

Saran yakni CV Joint Effect Transform dalam memberikan konsultasi , hendaknya menawarkan harga yang terjangkau oleh konsumen , karena konsumen mengakui bahwa layanan konsultasi ini berkualitas dan professional. Saran lainnya CV Joint Effect Transform dalam memberikan konsultasi , hendaknya ada pendampingan literasi teknologi informasi, peningkatan kualitas produk dan membantu perijinan PIRT, ijin halal, pendaftaran merk dan ijin BOPM. CV Joint Effect Transform dalam memberikan konsultasi , hendaknya tidak menganggap konsumen itu sama rata namun memperhatikan latar belakang pendidikan, jenis jasa/produk yang dijual konsumen, , usia, .

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