



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 14229-14236

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Value Proposition Canvas Pada UMKM Jefri Galleri Bambu Di Karawang

Andini Putri Hapsari^{1✉}, Danang Kustanto²

Universitas Singaperbangsa Karawang

Email:andiniputrihapsari9@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Peneletian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *Value Proposition Canvas* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang memproduksi kotak tisu dari bambu yaitu Jefri Galleri Bambu. Pendekatan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian kualitatif. Data yang dikumpulkan melalui wawancara secara mendalam dengan pemilik Jefri Galleri Bambu, observasi secara langsung dan data primer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *Value Proposition Canvas* membantu Jefri Galleri Bambu dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengidentifikasi keuntungan dan masalah yang dihadapi pelanggan dalam penggunaan produk kotak tisu dari bambu. Secara keseluruhan, penggunaan *Value Proposition Canvas* pada Jefri Galleri Bambu ini memberikan wawasan yang lebih jelas mengenai cara meningkatkan nilai produk. Rekomendasi yang diberikan mencakup peningkatan efisiensi produksi untuk menurunkan biaya, diversifikasi produk. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah lain untuk dapat mengoptimalkan strategi bisnis mereka melalui penerapan *Value Proposition Canvas*.

Kata Kunci: *Jefri Galleri Bambu, Value Proposition Canvas*

Abstract

This research aims to analyze the application of Value Proposition Canvas in Micro, Small and Medium Enterprises that produce tissue boxes from bamboo, namely Jefri Galleri Bambu. this research uses a qualitative approach. Data collected through in-depth interviews with the owner of Jefri Galleri Bambu, direct observation and primary data. The results showed that the application of the Value Proposition Canvas helped Jefri Galleri Bambu in understanding the needs and desires of consumers, as well as identifying the benefits and problems faced by customers in using bamboo tissue box products. Overall, the use of the Value Proposition Canvas at Jefri Galleri Bambu provided clearer insights on how to increase product value. Recommendations include increasing production efficiency to lower costs, product diversification. This research is expected to be a reference for other Micro, Small and Medium Enterprises in optimizing their business strategy through the application of Value Proposition Canvas.

Keyword: *Jefri Galleri Bambu, Value Proposition Canvas*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini begitu pesat. Berbagai bentuk bisnis dapat ditemui di kehidupan sehari-hari. Berbisnis merupakan peluang untuk mencapai kehidupan yang lebih baik, dan dapat dilakukan oleh siapa saja yang memiliki niat untuk melakukannya. Di era seperti sekarang ini, jika seseorang mampu mengidentifikasi peluang bisnis, maka orang tersebut memiliki kesempatan untuk sukses dalam bisnis yang dijalankannya.

Menurut (Husnurrosyidah), Industri 4.0 membawa tantangan yang semakin meningkat bagi pelaku usaha, seiring adanya perkembangan zaman yang sangat modern dan serba digital. UMKM harus mampu beradaptasi dengan dinamika perkembangan saat ini, dan diharapkan dapat mengikuti perkembangan teknologi yang ada saat ini. Hal ini dapat menjadi suatu hal yang sangat positif, karena pelaku usaha yang terus belajar dan berhasil beradaptasi mampu mengambil manfaat dari perkembangan zaman yang ada saat ini.

Salah satu unsur terpenting dalam perekonomian nasional di Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia bahkan dampak positif dari upaya ini sangat terasa baik di pedesaan maupun di perkotaan. Tidak hanya itu, dengan adanya UMKM mampu menyumbang secara signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ekonomi lokal. Namun sepanjang krisis menurut (Yuliaty et al.) jumlah UMKM yang banyak pada suatu wilayah mampu memberikan suatu dampak yang negatif juga. Banyaknya jumlah UMKM di suatu wilayah dapat memiliki dampak negatif. Semakin banyak UMKM yang ada di wilayah tersebut, persaingannya juga menjadi semakin ketat, terutama dalam bidang yang sejenis.

Salah satu UMKM yang diteliti adalah yaitu Jefri Gallery Bambu yang terletak di daerah Karawang, Jawa Barat Indonesia. UMKM ini merupakan sebuah usaha yang berfokus pada produk-produk kreatif berbasis bambu. Bisnis ini memerlukan analisis untuk mengembangkan bisnisnya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengembangkan dan menyampaikan proposisi nilai kepada pelanggannya, serta mengidentifikasi area-area potensial untuk inovasi dan perbaikan. Pengembangan bisnis ini akan dikonsepsikan dengan menggunakan metode *Value Proposition Canvas* merupakan alat yang efektif untuk menganalisis dan mengembangkan proposisi nilai sebuah bisnis dan membuat asumsi dasarnya menjadi mudah dibaca dan dedit. (Ulhaq and Nurhasanah). Metode *Value Proposition Canvas* ini banyak digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi preferensi konsumen. (Setiawan et al.)

Melihat penjelasan di atas, peneliti bermaksud untuk mengkaji penerapan metode

Value Proposition Canvas pada UMKM Jefri Galleri Bambu agar dapat memberikan wawasan yang berharga bagi Jefri Galleri Bambu dalam meningkatkan proposisi nilai yang ditawarkan, serta memberikan panduan praktis bagi UMKM lainnya dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih berorientasi pada pelanggan. Melalui analisis yang mendalam ini, Jefri Galleri Bambu dapat lebih memahami dan mengoptimalkan nilai yang ditawarkan, sehingga mampu bersaing lebih efektif di pasar yang kompetitif.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena analisis menggunakan metode *Value Proposition Canvas* dianggap penting untuk pengembangan bisnis UMKM Jefri Galleri Bambu dengan tema "Analisis Value Proposition Canvas pada UMKM Jefri Galleri Bambu di Karawang".

Model Bisnis

Model bisnis adalah suatu alat yang penting dan bermanfaat untuk merancang suatu dasar pemikiran terkait bagaimana suatu perusahaan mampu menciptakan, memberikan dan menangkap nilai dan memahami bagaimana semua elemen bisnisnya saling berinteraksi (Osterwalder & Pigneur, 2020). Model bisnis mencakup berbagai komponen penting yang menjelaskan bagaimana perusahaan beroperasi, dari produksi hingga penjualan produk atau layanan kepada pelanggan.

Value Proposition Canvas

Value Proposition Canvas (VPC) merupakan metode analisa yang digunakan untuk menguraikan dan menciptakan nilai atau keuntungan bagi konsumen. Melalui VPC, perusahaan dapat mengetahui berbagai manfaat yang diperoleh oleh konsumen saat konsumen membeli produk atau menggunakan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. (Rifai and Witriantino). *Value Proposition Canvas* menjelaskan dengan secara rinci mengenai segmen dari konsumen dan juga proporsi nilai. *Value Proposition Canvas* juga dapat membantu Perusahaan dalam mengatasi masalah dari memastikan bahwa mereka tidak hanya menciptakan produk atau layanan yang mereka pikir diinginkan oleh pelanggan, tetapi juga benar-benar memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. *Value Proposition Canvas* terdiri dari dua bagian utama, yaitu *Business Model Canvas*, yang mencakup *Value Proposition* dan *Customer Segment*. Tujuan penggunaan metode ini adalah untuk membantu dalam mengembangkan sketsa bisnis yang lebih terperinci, sederhana dan terstruktur. (Rifai and Witriantino)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Sumber Data

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan sumber data utamanya berasal dari wawancara secara mendalam. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menganalisis kasus atau masalah tertentu dengan mengandalkan pemahaman subjektif yang didasarkan pada fakta dan data historis yang ada (Sugiyono, 2015). Penelitian kualitatif dipilih karena tujuan utama penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam bagaimana UMKM Jefri Galleri Bambu mengembangkan dan mengimplementasikan *Value Proposition Canvas* dalam strategi bisnisnya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan wawancara mendalam kepada pemilik UMKM Jefri Galleri Bambu, beberapa karyawan, dan pelanggan. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengidentifikasi permasalahan, dengan meminta pendapat dan ide dari pihak yang diwawancarai (Sugiyono, 2015). Pertanyaan yang diajukan difokuskan pada aspek-aspek *Value Proposition Canvas* seperti produk dan layanan yang ditawarkan, kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta bagaimana UMKM ini memenuhi kebutuhan tersebut.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada artikel ini dilakukan dengan menggunakan *Value Proposition Canvas*. VPC merupakan metode Analisa yang digunakan untuk menjabarkan dan menciptakan value atau manfaat untuk konsumen. Dengan adanya VPC, para pelaku UMKM bisa tahu apa saja manfaat yang bisa didapatkan oleh konsumen ketika membeli produk atau menggunakan jasa yang dijual oleh Perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Value Proposition Canvas adalah kombinasi antara dua komponen utama, yaitu *Customer Profile* dan *Value Map*. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dengan konsumen UMKM Jefri Galleri Bambu, *Value Proposition Canvas* untuk UMKM Jefri Gallery Bambu tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) *Customer Profile*

a. *Customer Jobs*:

- Fungsional: konsumen ingin menyediakan produk kotak tisu yang praktis, konsumen dapat membeli kotak tisu dari bambu untuk solusis penyimpanan tisu yang rapi.
- Sosial: konsumen ingin mempercantik ruangan, desain kotak tisu dari bambu yang unik dapat mempercantik ruangan.

- Emosional: konsumen ingin mengurangi produk yang tidak ramah lingkungan, menggunakan produk kotak tisu dari bambu adalah salah satu alternatif dari bahan plastic atau bahan yang tidak ramah lingkungan.
- b. *Customer Pains*: Desain yang tidak menarik atau variasi produk yang sedikit, beberapa konsumen menganggap kotak tisu yang diproduksi memiliki desain yang kurang menarik dan monoton, harga yang tinggi, produk ramah lingkungan dianggap memiliki harga yang lebih tinggi sehingga membuat konsumen ragu dalam membeli produk, dan kurangnya proteksi produk pada saat pengiriman ke luar kota.
- c. *Customer Gains*: memberikan jaminan pengembalian produk jika terjadi kesalahan dalam pemesanan atau terjadi kerusakan pada produk, memberikan layanan pembuatan kotak tisu dengan desain khusus sesuai permintaan pelanggan, dan memberikan promosi yang lebih banyak



Gambar 2. Customer Profile

Sumber: (Olahan Penulis, 2024)

2) Value Map

- a. *Pain Relivers*: Meningkatkan desain agar variative dengan mengikuti perkembangan tren agar meningkatkan daya tarik produk dan mengikuti permintaan pelanggan, menghadirkan harga yang kompetitif dengan menawarkan harga yang bervariasi dari premium hingga yang lebih terjangkau dan juga memberikan harga bundling atau diskon khusus, menambahkan perlindungan tambahan untuk produk seperti *bubble wrap*.

- b. *Gains Creators*: Penambahan promo yang lebih intens bagi konsumen, pemberian garansi pengembalian produk atau tukar barang, memberikan kepuasan pelanggan dengan menyesuaikan produk yang sesuai dengan preferensi pelanggan.
- c. *Product and services*: Kualitas pengiriman, penambahan variasi, ukuran produk, garansi jaminan produk, dan pelayanan konsumen.



Gambar 3. Value Map

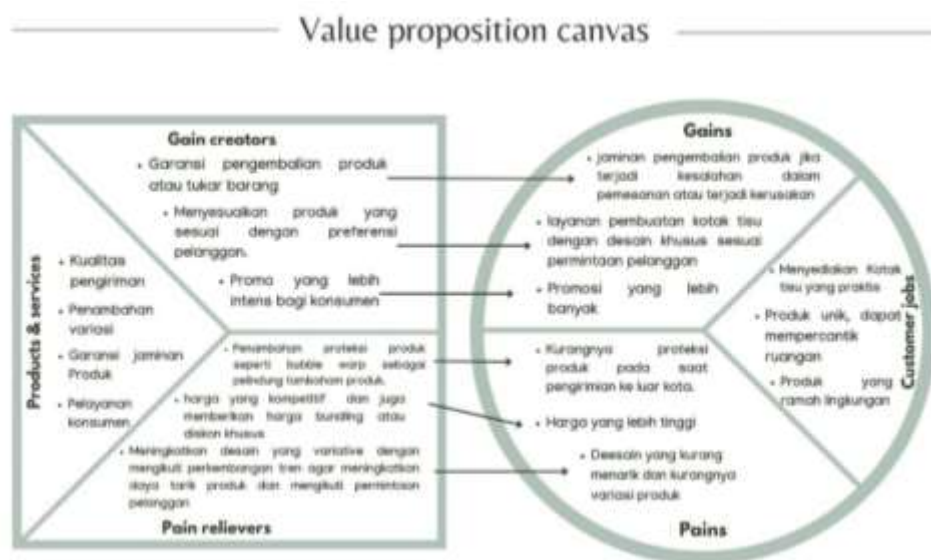
Sumber: (Olahan Penulis, 2024)

Jefri Galleri Bambu dapat menawarkan produk dan layanan dengan meningkatkan responsivitas pelayanannya, sehingga konsumen yang ingin menanyakan produk akan merasa lebih nyaman. Jefri Galleri Bambu merupakan sebuah produk yang bisa dikatakan memiliki banyak potensi untuk terus berkembang dan memiliki beberapa keunggulan dalam hal produk berkualitas dan desain yang unik serta komitmen terhadap keberlanjutan. Namun, ada beberapa area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu variasi produk dan penetapan harga. Sehingga Jefri Galleri Bambu dapat memberikan kelebihan terbaru bagi produk yang ditawarkan kepada konsumen yaitu dengan melakukan penambahan variasi produk dengan melakukan penelitian pasar lebih lanjut untuk memahami tren agar meningkatkan daya tarik produk, selain itu Jefri Galleri Bambu juga perlu mengevaluasi struktur biaya mereka dan mencari cara untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif tanpa mengorbankan kualitas. Memberikan penawaran khusus, diskon, atau

paket bundling juga dapat menjadi strategi efektif untuk menarik lebih banyak pelanggan. Kemudian, Jefri Galleri Bambu juga dapat melakukan pemberian garansi pengembalian produk atau tukar barang jika terjadi kesalahan dalam pemesanan atau kerusakan pada produk dalam pengiriman, hal ini dinilai sangat penting dilakukan karena mampu memberikan tambahan nilai lebih yang dapat dilihat dari prespektif konsumen. (Alam and Puguh Hayu Triono). Rekomendasi ini diharapkan dapat membantu Jefri Galleri Bambu dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan di masa depan.

Fit Customer Profile

Analisis yang dihasilkan mengenai analisis *Value Proposition Canvas* pada Jefri Galleri Bambu yang menghasilkan *Fit* dari gabungan antara *Customer Profile* dan *Value Map*.



Gambar 4. Fit Customer Profile

Sumber: (Olahan Penulis,2024)

SIMPULAN

Berdasarkan pengumpulan data dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat peluang yang signifikan bagi Jefri Galleri Bambu untuk menghadapi persaingan yang ketat dengan kompetitor lain dalam mengembangkan bisnisnya. Maka Jefri Galleri Bambu harus memperhatikan risiko dan juga ancaman yang berpotensi dari adanya penerapan inovasi model bisnis baru yang sudah diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *Value Proposition Canvas* membantu Jefri Galleri Bambu dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengidentifikasi keuntungan dan masalah yang dihadapi pelanggan dalam penggunaan produk kotak tisu dari bambu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, Salman Ramadan Nur, and Sunu Puguh Hayu Triono. "Perancangan Model Bisnis Menggunakan Business Model Canvas (Studi Pada UMKM Boss Talasik)." *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, vol. 5, no. 2, 2023, pp. 1239–49, <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i2.6355>.
- Äyväri, A., & Jyrämä, A. (2017). Rethinking Value Proposition Tools for Living Labs. *Journal of Service Theory and Practice*, 27(5), 1024–1039. <https://doi.org/10.1108/JSTP-09-2015-0205/FULL/XML>
- Husnurrosyidah, Husnurrosyidah. "E-Marketplace Umkm Menghadapi Revolusi Industri 4.0 Dalam Perspektif Islam." *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 7, no. 2, 2019, p. 224, <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i2.6571>.
- Inayah, Inayah. "Kesadaran Hukum Umkm Terhadap Ketentuan Di Bidang Kekayaan Intelektual." *Law and Justice*, vol. 4, no. 2, 2019, pp. 120–36, <https://doi.org/10.23917/laj.v4i2.8942>.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernanda, G., & Smith, A. (2019). *Value Proposition Design*, Elex Media Komputindo, Jakarta. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i4.9386>
- Rifai, Zanuvar, and Dwiki Agung Witriantino. "Analisis Digital Marketing Website Hompimpaa.Id Menggunakan Metode Analisis SWOT, Value Proposition Canvas, Dan Competitive Five Force." *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, vol. 8, no. 1, 2022, pp. 75–82, <https://doi.org/10.31294/ijse.v8i1.11796>.
- Setiawan, Kevin, et al. "Value Proposition Canvas Validation: Measuring Customer Satisfaction of Photography Business." *The Second Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, 2021*, pp. 1186–93.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ulhaq, Daffa Dhiya, and Nunung Nurhasanah. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Tacoheroick.Id Dengan Metode Value Proposition Canvas Dan Business Model Canvas." *Metris: Jurnal Sains Dan Teknologi*, vol. 23, no. 02, 2023, pp. 116–23, <https://doi.org/10.25170/metris.v23i02.3926>.
- Yuliaty, Tetty, et al. "Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global." *Mbia*, vol. 19, no. 3, 2020, pp. 293–308, <https://doi.org/10.33557/mbia.v19i3.1167>.