

ANALISIS PROFIL KONSUMEN UNTUK APLIKASI MARKET PLACE
PRODUK FURNITUR KAYU JATI

Malau Asima Fryani¹
Kristina Sisilia²

^{1,2}Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia

¹asimamalau@gmail.com

²ksisilia@gmail.com

ABSTRACT

On globalization era, there is a growing desire of consumers who want everything to be easy to meet their needs and desires, so there are now a lot of marketplace application that have sprung up where the application can facilitate consumers. One of the job is to buy furniture. Phenomenon is found that there is not marketplace application especially for sells teak wood furniture. The aims of this research is to find out how is the customer profile is the which includes perceptions and expectations for the user segment teak wood furniture using marketplace application. This research is decriptive with qualitative approach. The technique of collecting data is interview, observation dan documentation. The study using design canvas value proposition by Alexander Osterwalder and Yves Pigneur to determine customer profile. In this research customer perceptions and expectations is a original product, guarantee of warranty, easy payment method, the application easy to use and understand, valid information, fitur and interested design, admin fast response, minimal error occurred, no ads often appear, do not feel loss, updates on new products, save time, save money, and application is released soon..

Keyword :Canvas Value Proposition Design, Customer profile

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, semakin hari semakin meningkat pula kebutuhan dan keinginan konsumen. Hasrat konsumen yang ingin semua serba murah dan mudah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya. Semakin pesatnya keinginan konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya maka dengan seiring berjalannya waktu banyak sekali situs-situs aplikasi *marketplace* yang bermunculan. Aplikasi *marketplace* yang sangat digemari oleh kalangan konsumen di Indonesia adalah Bukalapak, Tokopedia, OLX, Zalora,

Blibli dan Lazada. Situs- situs aplikasi *marketplace* adalah perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya. Situs aplikasi *marketplace* bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi online dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran (Mubarok, 2018).

Semakin banyak konsumen yang ingin memenuhi kebutuhan dan keinginannya secara mudah, maka dengan berbelanja melalui aplikasi *marketplace* konsumen akan merasa dimudahkan dari mulai menemukan barang yang diinginkan, menghemat waktu, dan dengan berbelanja melalui

aplikasi *marketplace* konsumen akan lebih mudah mendapatkan informasi mengenai produk yang diinginkan. Namun aplikasi *marketplace* yang sudah disebutkan diparagraf sebelumnya adalah aplikasi *marketplace* yang menjual kebutuhan konsumen secara menyeluruh mulai dari makanan, baju, elektronik dan masih banyak lagi.

Dengan adanya aplikasi *marketplace* maka adanya perubahan karakteristik dalam diri konsumen sebagai pengguna aplikasi *marketplace* dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai pembeli sebuah produk. Perubahan karakteristik konsumen dengan adanya aplikasi *marketplace* adalah sebelum adanya aplikasi *marketplace* konsumen cenderung berbelanja untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya pada hari libur kerja, namun sejak munculnya aplikasi *marketplace* konsumen cenderung lebih sering berbelanja pada saat hari kerja, selama ini banyak yang berasumsi bahwa konsumen di Indonesia berbelanja pada saat akhir pekan, namun asumsi tersebut salah karena dengan adanya aplikasi *marketplace* konsumen semakin leluasa dalam berbelanja tanpa harus pergi ke toko secara langsung, dan konsumen paling aktif berbelanja di hari kerja, terutama pada siang hari, dari sampel yang diteliti puncak pemesanan barang

yakni berlangsung dari pukul 10.00 pagi hingga pukul 17.00 sore (Maulana, 2018).

Karena semakin banyaknya aplikasi *marketplace* yang bermunculan, maka banyak konsumen yang lebih memilih untuk berbelanja melalui aplikasi *marketplace* karena dasar kemudahan yang ditawarkan, dan adanya promosi- promosi yang ditawarkan kepada konsumen, maka konsumen lebih memilih menggunakan aplikasi *marketplace* untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya (Farki, Baihaqi, & Wibawa, 2016).

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa karakteristik konsumen itu berubah sejak adanya aplikasi *marketplace* dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Disini peneliti ingin menganalisis karakteristik konsumen untuk aplikasi *marketplace* sebuah produk, dimana peneliti sudah membuat sebuah *prototype* aplikasi *marketplace* produk furnitur kayu jati. Dimana peneliti ingin mengetahui apakah konsumen yang mau membeli furnitur kayu jati melalui aplikasi *marketplacesama* dengan karakteristik konsumen pengguna aplikasi *marketplace* pada umumnya.

Dalam *prototype* aplikasi *marketplace* yang sudah dibuat oleh peneliti yakni aplikasi yang khusus berisi untuk menjual produk furnitur

kayu jati saja, dan didalam *prototype* aplikasi ini ada fitur-fitur yang hampir sama seperti aplikasi *marketplace* pada umumnya. *Prototype* aplikasi yang sudah dibuat oleh peneliti adalah aplikasi yang mudah untuk digunakan dan tidak membuat konsumen merasa sulit jika ingin menggunakan aplikasi ini, dengan adanya aplikasi ini diharapkan konsumen yang menyukai furnitur kayu jati dapat menggunakan aplikasi ini nantinya, namun sebelum di buat dalam bentuk aplikasi sungguhan, disini peneliti ingin melakukan penelitian dan ingin mewawancarai konsumen yang menggunakan furnitur kayu jati sebagai bahan untuk dapat mengembangkan aplikasi yang ingin dibuat oleh peneliti dan mengetahui karakteristik konsumen yang akan menggunakan aplikasi *marketplace* nantinya seperti apa.

Setelah peneliti menjelaskan *prototype* yang sudah dibuat oleh peneliti kepada informan, maka peneliti akan memaparkan jawaban dari informan yang sudah diwawancarai oleh peneliti mengenai alasan mengapa informan tersebut membeli produk furnitur kayu jati, dan mewawancarai informan mengenai *prototype* aplikasi *marketplace* yang dibuat oleh peneliti dimana peneliti ingin mengetahui secara singkat jawaban dari informan mengenai *prototype* tersebut, sebelum

memaparkan jawaban dari informan, nama informan yang di wawancarai oleh peneliti adalah Menty Marselina.

Informan menjelaskan alasan mengapa membeli produk furnitur kayu jati dikarenakan menurut informan furnitur kayu jati adalah furnitur yang memiliki kualitas yang baik, unik, awet, tahan terhadap rayap serta pembusukan, dan menurut informan furnitur kayu jati memiliki nilai yang tinggi dibandingkan dengan furnitur yang terbuat dari kayu biasa, informan menjelaskan dengan menggunakan furnitur kayu jati kelas sosialnya lebih naik dikarenakan furnitur kayu jati memiliki harga yang mahal, meskipun mahal tetapi dapat memberikan kepuasan, kenyamanan, dan meningkatkan kelas sosial.

Menurut Kania Dekoruma dalam Stylist & Interior Designer menjelaskan beberapa hal yang sama berdasarkan jawaban dari informan diantaranya awet dimana dengan melakukan perawatan yang tepat furnitur kayu jati akan tetap tahan selama bertahun-tahun, memiliki nilai yang tinggi jika suatu saat ingin menjual furnitur tersebut harganya akan tetap tinggi, tahan terhadap rayap dikarenakan kayu jati memiliki urat kayu padat, keras dan resin alami yang dapat mengusir rayap-rayap yang dapat menghancurkan kayu. Selanjutnya peneliti mewawancarai informan mengenai *prototype* aplikasi

marketplace yang dibuat oleh peneliti dan peneliti mewawancarai informan yang bertujuan agar peneliti mendapatkan gambaran secara singkat sebelum peneliti melakukan penelitian yang lebih dalam lagi terhadap informan. Peneliti menanyakan kepada informan bagaimana menurut informan mengenai *prototype* aplikasi *marketplace* khusus furnitur kayu jati ini, menurut informan *prototype* aplikasi yang sudah dibuat oleh peneliti dan yang sudah dijelaskan peneliti kepada informan bahwa informan merasa senang dengan penjelasan yang sudah dijelaskan oleh peneliti, informan merasa senang jika nantinya muncul aplikasi *marketplace* khusus furnitur kayu jati, dikarenakan adanya kemudahan dalam membeli furnitur kayu jati melalui aplikasi *marketplace*, dan informan akan menggunakan aplikasi tersebut jika aplikasi tersebut mudah dipahami dan digunakan seperti saat peneliti menjelaskan *prototype* aplikasi *marketplace* kepada informan.

Untuk mengetahui profil konsumen yang akan membeli furnitur kayu jati melalui aplikasi *marketplace* khusus furnitur kayu jati alat yang digunakan dalam membantu penelitian ini ialah Kanvas Proposisi Nilai untuk menganalisis profil konsumen yang dikembangkan oleh Osterwalder dan Pigneur (2014). Kanvas Proposisi Nilai

merupakan alat yang membantu untuk menganalisis profil konsumen dan bertujuan untuk dapat memecahkan masalah konsumen, memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, dimana profil konsumen terdiri dari *customer jobs*, *customer pains*, dan *customers gains*. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Profil Konsumen yang akan menjadi target pasar dalam membeli furnitur kayu jati melalui aplikasi *marketplace* khusus furnitur kayu jati.

TINJAUAN TEORI

Value Proposition canvas merupakan alasan yang membuat pelanggan beranjak dari suatu perusahaan ke perusahaan lain serta dapat memecahkan masalah pelanggan dan memenuhi kebutuhan, keinginan pelanggan (Osterwalder dan Pigneur, 2014:22). Dalam *Value Proposition canvas* terdiri dari dua bagian yakni *Customer profile* dan Value Map, namun dalam penelitian ini hanya akan membahas tentang *Customer profile* (Profil Konsumen), diantaranya sebagai berikut: *Customer jobs*, *Customer pains* dan *Customer gains*.

Customer jobs Menjelaskan bahwa pekerjaan yang sedang dilakukan oleh pelanggan dalam menyelesaikan masalah di kehidupan mereka. Pekerjaan yang dilakukan oleh pelanggan diantaranya adalah tugas yang ingin

dilakukan, masalah yang ingin diselesaikan atau kebutuhan yang ingin dipenuhi. Untuk dapat memastikan kesamaan antara perusahaan dan pelanggan harus dilakukan pengelompokan presepektif yang ingin diselesaikan oleh pelanggan.

Customer pains, Rasa sakit yang menggambarkan segala sesuatu yang membuat pelanggan merasa terganggu sebelum, selama dan setelah mencoba menyelesaikan pekerjaan atau hanya mencegah mereka menyelesaikan pekerjaan. Rasa sakit ini mendeskripsikan resiko, yaitu hasil yang kurang baik, terkait dengan menyelesaikan pekerjaan dengan kurang baik atau tidak sama sekali., Berikut tabel mengenai karakteristik dari rasa sakit pelanggan

Customer gains, Pencapaian yang mendeskripsikan hasil dan manfaat yang diinginkan oleh pelanggan. Ada beberapa pencapaian yang diperlukan, diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan dan ada beberapa yang membuat pelanggan merasa terkejut. Keuntungan yang dimaksudkan diantaranya adalah pencapaian sosial, emosi yang bersifat positif dan penghematan biaya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian

deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sekaran dan Bougie (2015:2) penelitian kualitatif adalah penelitian yang berisi data deskripsi dan data tersebut tidak dapat di kuantifikasi. Fokus pada penelitian ini ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data untuk menentukan profil konsumen penelitian ini menggunakan desain kanvas proposisi nilai dari Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur. Instrumen pada penelitian ini adalah peneliti sendiri. Teknik dalam menguji keabsahan data menggunakan triangulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni mengenai aplikasi *marketplace* khusus furnitur kayu jati dan informan yang peneliti jadikan subjek dalam penelitian ini memiliki karakteristik informan dalam mendukung pengumpulan data sehingga data yang dihasilkan dapat mempermudah peneliti dalam merumuskan profil konsumen. Karakteristik informan yang dituju oleh peneliti yakni informan yang membeli dan menggunakan furnitur kayu jati, memiliki pikiran terbuka dan mau meluangkan waktunya untuk diwawancarai oleh peneliti.

Tabel 1
Biodata Informan

Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Keterangan
Menty Marselina	Perempuan	44 Tahun	Wiraswasta	Pengguna Furnitur Kayu Jati

Sumber :Data Diolah Oleh Peneliti

Customer profile diperoleh melalui wawancara kepada segmen pengguna furnitur kayu jati, wawancara yang dilakukan peneliti berdasarkan trigger question yang dibuat oleh peneliti. Dalam melakukan wawancara, peneliti menggunakan alat seperti laptop untuk mengetik hasil jawaban dari informan, handphone sebagai alat rekam untuk mempermudah peneliti dalam mengolah informasi, sehingga informasi yang sudah didapat sesuai hasil yang disampaikan oleh informan.

Customer profile terdiri dari *customer jobs*, *customer pains*, dan *customer gains*. *Customer profile* didapat melalui hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan segmen pengguna furnitur kayu jati dengan memberikan pertanyaan mengenai kebutuhan, kekhawatiran dan harapan dari pengguna. Untuk menentukan *customer profile* ada lima langkah yang harus dilakukan: 1) Memilih segmen yang dituju. 2) Mengidentifikasi pekerjaan yang ingin diselesaikan oleh pelanggan. 3) Mengidentifikasi resiko, hambatan, kekhawatiran yang ingin

dihindari oleh pelanggan. 4) Mengidentifikasi harapan yang ingin dicapai oleh pelanggan. 5) Memprioritaskan peringkat dari jobs, pains, dan gains yang sudah pelanggan beri tahu, dari hal yang paling penting hingga tidak penting.

Berikut merupakan deskripsi mengenai bagaimana cara mengolah informasi yang di dapat oleh peneliti dari informan pengguna furnitur kayu jati.

Hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti pada tabel-tabel yang sudah peneliti klasifikasi dari jobs, pains dan gains merupakan poin-poin jawaban dari informan, dimana dengan membuat poin-poin dari hasil wawancara akan mempermudah dalam melakukan pemetaan dan pembacaan hasil dari wawancara yang sudah dilakukan. Setelah data-data sudah didapatkan maka dapat dibuat penilaian berupa ranking dan juga penomoran ranking maka dengan demikian akan lebih mudah dalam penyusunan ranking, penyusunan ranking dimulai dari paling penting hingga tidak terlalu penting.

Tabel 2
Poin-Poin Jawaban Informan Segmen Pengguna Furnitur Kayu Jati

No	Jawaban	Jobs	Ranking
1	Membeli Furnitur Melalui Pencarian Di Google		1
2	Mencoba Menggunakan Aplikasi		2
3	Merasa biasa jika menggunakan aplikasi, ingin dipandang memiliki kelas sosial tinggi		3
4	Merasa Nyaman (tidak ada iklan, tidak error secara tiba-tiba, respon admin cepat, adanya diskon)		4
5	Adanya Interaksi		5

Tabel 2 merupakan poin-poin jawaban informan segmen pengguna furnitur kayu jati yang sudah peneliti identifikasi menjadi *customer jobs* dan sudah diurutkan dari hal yang penting hingga tidak penting menurut informan. Jawaban yang sudah peneliti buat menjadi poin-poin tersebut memiliki penjelasan sebagai berikut:

IDENTIFIKASI CUSTOMER JOBS

1. Mencari Melalui Google

Yaitu informan sebelum mengetahui adanya aplikasi khusus furnitur kayu jati mencari informasi mengenai toko yang menjual furnitur kayu jati melalui Google. Dapat disimpulkan bahwa informan selalu melakukan pencarian informasi mengenai furnitur kayu jati melalui Google.

2. Mencoba Menggunakan Aplikasi

Yaitu ketika informan mengetahui adanya aplikasi khusus furnitur kayu jati, informan akan mencoba menggunakan aplikasi tersebut untuk melihat apa saja yang terdapat dalam aplikasi khusus furnitur kayu jati.

3. Merasa Biasa Jika Menggunakan Aplikasi, Ingin Dipandang Memiliki Kelas Sosial Tinggi

Informan mengatakan bahwa informan merasa biasa saja jika menggunakan sebuah aplikasi khusus furnitur kayu jati, namun informan ingin dipandang memiliki kelas sosial tinggi dengan menggunakan furnitur kayu jati.

4. Merasa Nyaman (tidak ada iklan, tidak error secara tiba-tiba, respon admin cepat, adanya diskon)

Informan mengatakan untuk memenuhi kebutuhan emosionalnya dan akan merasa nyaman jika menggunakan aplikasi khusus furnitur kayu jati jika aplikasi tersebut tidak sering muncul iklan secara tiba-tiba, aplikasi tidak sering mengalami error, adanya respon yang cepat oleh admin dan adanya diskon-diskon yang diberikan.

Tabel 3
Poin-Poin Jawaban Informan Segmen Pengguna Furnitur Kayu Jati

No	Jawaban	Pains	Ranking
1	Khawatir Produk Tidak Asli		1
2	Khawatir Aplikasi Sulit Digunakan, Dipahami, Dan Dimengerti		2
3	Khawatir Kebocoran Data Pribadi		3
4	Khawatir Informasi Tidak Valid		4
5	Khawatir Keterbatasan Bahasa yang Digunakan		5
6	Langsung Uninstall jika Aplikasi Error		6

Sumber :Data Diolah Oleh Peneliti

5. Adanya Interaksi

Informan mengatakan akan melakukan interaksi berupa komunikasi dengan admin untuk menanyakan dan memberitahu keluhan yang dialami oleh pengguna. Misalnya akan menanyakan informasi yang kurang lengkap didalam aplikasi dan akan memberitahu admin jika pada saat menggunakan aplikasi adanya error atau adanya kendala lain. Melakukan interaksi dengan saudara atau rekan-rekan yang menggunakan furnitur kayu jati untuk mengecek keaslian produk.

Pada tabel 3 di atas merupakan poin-poin jawaban informan segmen pengguna furnitur kayu jati yang sudah peneliti identifikasi menjadi *customer pains* dan sudah diurutkan dari hal yang penting hingga tidak penting menurut

informan. Jawaban yang sudah peneliti buat menjadi poin-poin tersebut memiliki penjelasan sebagai berikut:

IDENTIFIKASI CUSTOMER PAINS

1. Khawatir Produk Tidak Asli

Informan mengatakan merasa khawatir jika membeli furnitur kayu jati melalui aplikasi, khawatir jika produk yang dibeli tidak sesuai dengan keinginan konsumen yakni produk tidak terbuat dari kayu jati asli.

2. Khawatir Aplikasi Sulit Digunakan, Dipahami, dan Dimengerti

Informan mengatakan merasa khawatir akan mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi tersebut, khawatir jika fitur tidak berfungsi dengan baik sehingga aplikasi sulit dipahami, dan sulit dimengerti oleh pengguna.

3. Khawatir Kebocoran Data Pribadi

Informan mengatakan merasa khawatir jika menggunakan sebuah aplikasi terjadi kebocoran data pribadi yang sudah pengguna isi pada saat mendaftar sebagai pengguna dalam sebuah aplikasi, khawatir jika data-data pengguna digunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab.

4. Khawatir Informasi Tidak Valid

Informan mengatakan merasa khawatir jika informasi yang terdapat dalam aplikasi mengenai furnitur tidak valid, tidak sesuai fakta misalnya ada informasi mengenai cara merawat furnitur kayu jati ternyata informasi yang diberikan salah. Hal tersebut akan membuat pengguna merasa jengkel.

5. Khawatir Keterbatasan Bahasa yang Digunakan

Informan mengatakan merasa khawatir adanya keterbatasan bahasa

yang digunakan antara admin maupun pengguna aplikasi, misalnya admin atau pengguna menggunakan bahasa yang berbeda atau menggunakan singkatan kata yang sulit dipahami.

6. Langsung Uninstall jika Aplikasi Error

Informan mengatakan kesalahan yang dilakukan pada saat menggunakan sebuah aplikasi, dan mungkin akan informan lakukan jika aplikasi khusus furnitur kayu jati ini error informan akan me-uninstall dan me-install lagi aplikasinya, karena menurut informan dengan begitu aplikasi akan kembali seperti semula, namun sebaiknya aplikasi yang nanti akan dirilis tidak mengalami error yang parah karena dengan hal itu konsumen tidak akan menggunakan aplikasi tersebut.

Tabel 4
Poin-Poin Jawaban Informan Segmen Pengguna Furnitur Kayu Jati

No	Jawaban	Gains	Ranking
1	Produk (Furnitur) Asli		1
2	Adanya Jaminan Garansi		2
3	Metode Pembayaran Mudah		3
4	Aplikasi Mudah Digunakan dan Dipahami		4
5	Informasi Valid		5
6	Fitur Dan Desain Menarik		6
7	Admin Fast Respon		7
8	Minim Terjadi Error		8
9	Tidak Ada Iklan Yang Sering Muncul		9
10	Tidak Merasa Rugi		10
11	Adanya <i>Update</i> Terhadap Produk		11
12	Menghemat Waktu		12
13	Menghemat Uang		13
14	Aplikasi Cepat Dirilis		14

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti

Tabel 4 merupakan poin-poin jawaban informan segmen pengguna furnitur kayu jati yang sudah peneliti identifikasi menjadi *customer gains* dan sudah diurutkan dari hal yang penting hingga tidak penting menurut informan. Jawaban yang sudah peneliti buat menjadi poin-poin tersebut memiliki penjelasan sebagai berikut:

IDENTIFIKASI CUSTOMER GAINS

1. Produk (Furnitur) Asli

Informan mengatakan bahwa harapannya pada saat membeli furnitur kayu jati melalui aplikasi *marketplace* ini yakni produk furnitur yang dijual terbuat dari kayu jati asli.

2. Adanya Jaminan Garansi

Informan mengatakan ingin adanya jaminan garansi yang diberikan,

karena menurut informan furnitur kayu jati memiliki harga yang mahal, jika pengguna sudah membeli produk melalui aplikasi dan ternyata produk yang diterima tidak asli maka adanya jaminan garansi seperti uang kembali lagi jika pengguna sudah mentransfer.

3. Metode Pembayaran Mudah

Informan mengatakan, *prototype* aplikasi *marketplace* yang sudah dijelaskan oleh peneliti kepada informan, informan merasa puas jika metode pembayaran mudah seperti di dalam *prototype* aplikasi tersebut karena metodenya sangat mudah dimana pembayaran dapat dilakukan dengan cara cash dan mencicil, dan

dapat dibayarkan secara langsung pada saat produk sudah diterima.

4. Aplikasi Mudah Digunakan dan Dipahami

Informan mengatakan tertarik menggunakan aplikasi *marketplace* khusus furnitur jati ini karena pada saat peneliti menjelaskan *prototype* nya kepada informan dan informan merasa *prototype* aplikasi tersebut mudah digunakan dan mudah dipahami. Informan merasa puas jika aplikasi mudah dipahami dan digunakan, karena menurut informan dengan adanya aplikasi ini akan mempermudah informan jika ingin membeli furnitur dan informan mengatakan akan merasa puas lagi jika informasi yang diberikan valid.

5. Informasi Valid

Informan mengatakan bahwa harapannya pada saat menggunakan aplikasi ini informasi yang diberikan valid, baik informasi yang ada didalam aplikasi dan informasi yang diberikan oleh admin jika pengguna menanyakan sesuatu pada admin.

6. Fitur Dan Desain Menarik

Informan mengatakan bahwa harapannya aplikasi ini memberikan fitur dan desain yang menarik, fitur yang mudah digunakan dan desain yang menarik dengan memberikan warna yang tidak membuat pengguna bosan saat menggunakan aplikasi.

7. Admin Fast Respon

Informan mengatakan bahwa harapannya aplikasi ini nantinya minim terjadi error pada saat digunakan, agar pada saat menggunakan aplikasi pengguna merasa nyaman tidak ada gangguan.

8. Minim Terjadi Error

Informan mengatakan bahwa harapannya aplikasi ini nantinya minim terjadi error pada saat digunakan, agar pada saat menggunakan aplikasi pengguna merasa nyaman tidak ada gangguan.

9. Tidak Ada Iklan Yang Sering Muncul

Informan mengatakan bahwa harapannya tidak ada iklan yang sering muncul, karena dengan sering munculnya iklan yang terlalu sering membuat aplikasi menjadi error dan membuat pengguna merasa jengkel.

10. Tidak Merasa Rugi

Informan mengatakan bahwa jika nantinya aplikasi ini sudah rilis dan sudah bisa digunakan oleh konsumen harapannya adalah aplikasi ini dapat memenuhi harapan konsumen, jika aplikasi tersebut sulit digunakan, adanya error, respon admin yang lama, maka hal tersebut membuat konsumen sebagai pengguna aplikasi merasa dirugikan.

11. Adanya Update Terhadap Produk

Informan mengatakan bahwa harapan yang diinginkan adanya update terhadap produk baru maka dengan adanya update membuat pengguna merasa senang dan mudah untuk mengetahui adanya produk-produk baru.

12. Menghemat Waktu

Informan mengatakan harapannya aplikasi ini dapat menghemat waktu pada saat konsumen melakukan pembelian melalui aplikasi seperti aplikasi mudah dipahami, admin yang fast respon, jika aplikasi ini sudah rilis dan aplikasi dapat memenuhi harapan konsumen maka aplikasi ini sangat menghemat waktu karena tidak perlu datang secara langsung datang ke toko karena jika datang secara langsung ke toko pelayanan yang lama dan jauh dari rumah yang akan membuang waktu.

13. Menghemat Uang

Informan mengatakan bahwa harapannya aplikasi ini dapat menghemat uang konsumen pada saat menggunakannya, jadi dapat

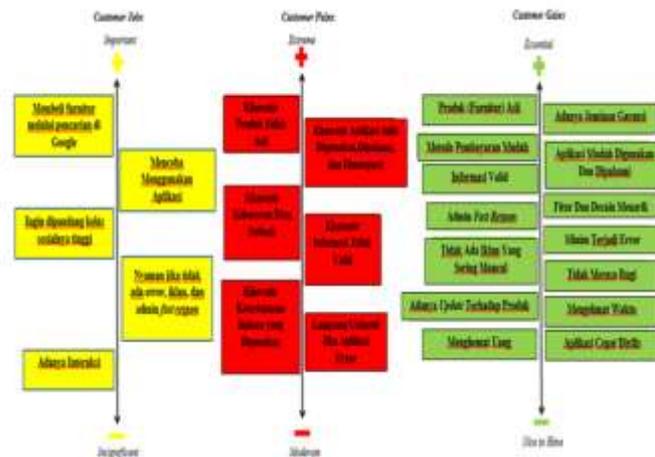
melakukan pembelian melalui aplikasi saja dan tidak perlu mengeluarkan uang untuk ongkos pergi langsung ke toko untuk membeli furnitur, dan dapat digunakan kapan saja, jika aplikasi ini sudah rilis dan digunakan ternyata tidak sesuai dengan harapan konsumen maka sama saja membuang uang (kuota yang saya gunakan).

14. Aplikasi Cepat Dirilis

Informan mengatakan harapannya agar aplikasi ini cepat dirilis agar dapat mencoba menggunakan aplikasi dan ingin mencoba membeli produk furnitur kayu jati melalui aplikasi.

A. *Ranking Customer jobs, Customer pains dan Customer gains*

Pada tahap ini, peneliti mengurutkan hal yang penting hingga tidak penting menurut informan secara singkat, yakni segmen pengguna furnitur kayu jati berdasarkan masing-masing dari *customer profile*.



PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti maka peneliti mendapatkan profil konsumen yang terdiri *customer jobs*, *pains* dan *gains*. Dimana *customer jobs*, *pains* dan *gains* tersebut akan diidentifikasi berdasarkan jenisnya masing-masing.

Customer Jobs, pada hasil pengidentifikasi jawaban wawancara terdapat 5 *customer jobs* dimana jawaban tersebut masuk kedalam jenis pekerjaan fungsional, pekerjaan sosial dan pekerjaan emosional. Pekerjaan fungsional adalah pelanggan mencoba melakukan atau menyelesaikan tugas tertentu. Pekerjaan Fungsional yang ingin informan coba lakukan atau selesaikan yakni akan membeli dan menggunakan furnitur melalui jalur *online* seperti aplikasi *marketplace* khusus furnitur kayu jati dan sebelum membeli dan menggunakan furnitur melalui aplikasi *marketplace* yang dilakukan informan yakni Mencari

melalui Google, Mencoba Menggunakan Aplikasi jika aplikasi sudah rilis dan Adanya Interaksi. Pekerjaan Sosial yaitu ketika pelanggan ingin terlihat lebih baik atau mendapatkan pengakuan atau status. Pekerjaan sosial yang ingin dicapai oleh informan yaitu informan ingin dipandang memiliki kelas sosial yang tinggi jika membeli dan menggunakan furnitur kayu jati. Pekerjaan Emosional yaitu ketika pelanggan mencari keadaan yang baik atau aman untuk dirinya. Pekerjaan emosional yang ingin dicapai oleh informan adalah akan merasa nyaman jika tidak adanya error, tidak adanya iklan yang sering muncul, dan admin yang fast respon. Dengan tidak adanya hal-hal tersebut maka informan akan merasa nyaman menggunakan aplikasi *marketplace* khusus furnitur kayu jati dan akan membeli furnitur maka pekerjaan emosional informan dapat tercapai.

Customer Pains, pada hasil pengidentifikasi jawaban wawancara terdapat 6 customer pains, dimana jawaban tersebut masuk kedalam jenis rasa sakit hasil, permasalahan, karakteristik yang diinginkan, hambatan dan resiko. Hasil, Permasalahan, Karakteristik yang Tidak Diinginkan yaitu hal yang membuat pelanggan merasa jengkel atau tidak disukai oleh pelanggan. Dalam penelitian ini rasa sakit yang tidak diinginkan oleh informan adalah Khawatir Informasi Tidak Valid dan Khawatir Keterbatasan Bahasa yang digunakan. Kendala yaitu hal-hal yang dapat mencegah pelanggan bahkan memperlambat pelanggan dalam melakukan pekerjaan. Kendala yang tidak diinginkan oleh informan adalah Khawatir Aplikasi yang Sulit Digunakan, Dipahami, dan Dimengerti dan Langsung Uninstall jika error. Resiko atau Hasil yang tidak diinginkan yaitu hasil potensial yang tidak diinginkan pelanggan. resiko yang tidak diinginkan informan adalah Produk (Furnitur) Tidak Asli dan Khawatir Kebocoran Data Pribadi.

Customer Gains, pada hasil pengidentifikasi jawaban wawancara

terdapat 14 *customer gains* dimana jawaban tersebut masuk kedalam jenis pencapaian yang diharapkan. Pencapaian yang diharapkan yaitu pencapaian yang ditaksirkan atau diharapkan dari sebuah solusi. Dalam penelitian ini pencapaian yang diharapkan oleh informan adalah produk (furnitur) asli, adanya jaminan garansi, metode pembayaran yang mudah, aplikasi yang mudah digunakan dan dipahami, informasi valid, fitur dan desain menarik, admin fast respon, minim terjadi error, tidak iklan yang sering muncul, tidak merasa rugi, adanya *update* terhadap produk, menghemat waktu, menghemat uang dan aplikasi cepat dirilis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti mengenai Analisis Profil Konsumen Untuk Aplikasi *Marketplace* Produk Furnitur Kayu Jati, maka dapat disimpulkan bahwa profil konsumen yang didapatkan dalam penelitian ini untuk aplikasi *marketplace* khusus furnitur kayu jati sebagai berikut:

No	<i>Jobs</i>
1	Mencari Melalui Google
2	Mencoba Menggunakan Aplikasi
3	Merasa biasa jika menggunakan aplikasi, ingin dipandang memiliki kelas sosial tinggi
4	Merasa Nyaman (tidak ada iklan, tidak error secara tiba-tiba, respon admin cepat, adanya diskon)
5	Adanya Interaksi
No	<i>Pains</i>
1	Khawatir Produk Tidak Asli
2	Khawatir Aplikasi Sulit Digunakan, Dipahami, Dan Dimengerti
3	Khawatir Kebocoran Data Pribadi
4	Khawatir Informasi Tidak Valid
5	Khawatir Keterbatasan Bahasa yang Digunakan
6	Langsung Uninstall jika Aplikasi Error
No	<i>Gains</i>
1	Produk (Furnitur) Asli
2	Adanya Jaminan Garansi
3	Metode Pembayaran Mudah
4	Aplikasi Mudah Digunakan dan Dipahami
5	Informasi Valid
6	Fitur Dan Desain Menarik
7	Admin Fast Respon
8	Minim Terjadi Error
9	Tidak Ada Iklan Yang Sering Muncul
10	Tidak Merasa Rugi
11	Adanya Update Terhadap Produk
12	Menghemat Waktu
13	Menghemat Uang
14	Aplikasi Cepat Dirilis

Sumber : Data Diolah Oleh Peneliti

SARAN

Beberapa saran yang dapat diberikan kepada Aplikasi *Marketplace* Khusus Furnitur Kayu Jati yang akan dibuat nantinya dapat mengatasi masalah dan memenuhi harapan pengguna furnitur kayu jati, maka peneliti memberikan saran berupa, Produk (Furnitur) yang dijual asli, Adanya jaminan garansi, Metode pembayaran yang mudah, Aplikasi yang mudah digunakan dan dipahami, Informasi valid, Fitur dan desain

menarik, Admin fast respon, Minim terjadi error, Tidak ada iklan yang sering muncul, Tidak merasa rugi, Adanya update terhadap produk, Menghemat waktu, Menghemat uang, Aplikasi cepat dirilis.

Dan sebaiknya hal-hal yang tidak diinginkan oleh konsumen atau informan yang akan membeli produk furnitur kayu jati melalui aplikasi marketplace dapat diperhatikan sebagai acuan dalam membuat aplikasi *marketplace* yang dapat memenuhi

harapan pengguna furnitur kayu jati, diantaranya Tidak memberikan atau menjual produk (furnitur) yang tidak asli, Tidak membuat aplikasi yang sulit digunakan, dipahami dan dimengerti oleh konsumen, Tidak adanya kebocoran data pribadi dari konsumen, Tidak memberikan informasi yang tidak valid, Tidak adanya keterbatasan bahasa yang digunakan, Aplikasi yang sudah rilis nantinya tidak sering terjadi error, agar konsumen tidak menginstall aplikasi *marketplace* khusus furnitur kayu jati.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, R. (2014). Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Ar-ruza Media.
- Dekoruma, K. (2019). 12 Keunggulan Kursi Tamu Jati, Hadirkan Pesona Istimewa Pada Hunian. Diambil dari: <https://www.dekoruma.com/artike/1/18156/kelebihan-kursi-tamu-jati> (Akses: 30 Maret 2019).
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B, M. (2016). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Maulana, R. (2018). Tren Perilaku Konsumen Belanja Online Indonesia Tahun 2018 Menurut iPrice. Diambil dari: <https://id.techinasia.com/tren-perilaku-konsumen-online-indonesia-menurut-iprice> (Akses: 15 Desember 2018).
- Mubarok, I. (2018). Memahami Perbedaan Marketplace Dan Online Shop. Diambil dari: <https://www.niagahoster.co.id/blog/marketplace-adalah/> (Akses: 15 Desember 2018).
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2014). Value Proposition Design. New Jersey: Jhon Wiley & Sons, Inc.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2016). Business Model Generation – cetakan 10. Jakarta: PT Elex Gramedia.
- Sanjaya, M., & Sisilia, K. (2018). Analisis Peluang Bisnis Ritel Konstruksi dengan Pendekatan Desain Proposisi Nilai. Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis, 4-19.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Dan Pengembangan Research and Development / R&D – cetakan 1. Bandung: Alfabeta.
- Yusuf, A.M. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan – cetakan 3. Jakarta: Prenadamedia Group