

## ABSTRAK

D'Cetak merupakan *startup* di bidang percetakan digital dengan menawarkan berbagai macam produk dan layanan cetak yang dibutuhkan mahasiswa dan Organisasi Kemahasiswaan (Ormawa) di wilayah Bandung, terkhususnya Telkom University. Dalam upaya mencapai keberhasilan suatu bisnis di tengah ketatnya industri percetakan ini, diperlukan metode evaluasi penelitian yang cermat untuk memahami secara mendalam bagaimana kompetisi pasar di lapangan. Hal ini dapat dilakukan melalui riset terhadap perilaku dan kebutuhan konsumen. Sehingga produk dan layanan yang ditawarkan sesuai dengan keinginan pasar, terlebih lagi membantu bisnis menciptakan keunggulan kompetitif dalam menghadapi ketatnya persaingan bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku dan profil konsumen, didukung dengan penciptaan nilai produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen D'Cetak menggunakan metode *Value Proposition Canvas*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan pengumpulan data sekunder. Sedangkan informan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pemesanan maupun calon konsumen yang belum pernah melakukan pemesanan namun berpotensi melakukan pemesanan pada D'Cetak.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan kesesuaian antara peta nilai dengan profil konsumen dari D'Cetak, antara lain *Products and Services* menunjukkan kecocokan dengan *Customer Jobs*, *Pain Relievers* menunjukkan kecocokan dengan *Pains*, dan *Gain Creators* menunjukkan kecocokan dengan *Gains*. Dengan demikian, hasil dari penyesuaian dapat dijadikan landasan bagi D'Cetak dalam menciptakan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga mampu bersaing dalam pasar.

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