

## ABSTRAK

Pada era globalisasi ini semakin meningkat hasrat konsumen yang ingin semua serba mudah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya maka sekarang banyak sekali aplikasi *marketplace* yang bermunculan dimana dengan adanya aplikasi tersebut dapat mempermudah konsumen.

Salah satunya melakukan pekerjaan dalam hal membeli furnitur kayu jati. Fenomena yang ditemukan yakni belum adanya aplikasi *marketplace* yang khusus menjual produk furnitur kayu jati. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil konsumen yang meliputi persepsi dan harapan untuk segmen pengguna furnitur kayu jati yang nantinya akan membeli furnitur kayu jati menggunakan aplikasi *marketplace* khusus furnitur kayu jati.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni wawancara, observasi. Pada penelitian ini rancangan profil konsumen terdiri dari customer *jobs*, *pains* dan *gains* dalam Desain Kanvas Proposisi Nilai yang diambil dari Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur.

Pada penelitian ini, harapan yang diinginkan oleh informan dalam sebuah aplikasi *marketplace* khusus furnitur kayu jati yakni, 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 ada iklan yang sering muncul, tidak merasa rugi, adanya *update* terhadap produk, menghemat waktu, menghemat uang dan aplikasi cepat dirilis.

**Kata kunci: Desain Kanvas Proposisi Nilai, Profil Konsumen.**