

ABSTRAK

Di Indonesia bahkan di seluruh dunia saat ini sedang mengalami pandemi virus *Corona*. Sekitar awal bulan Maret kasus virus corona semakin bertambah buruk di Indonesia, bahkan hingga saat ini kasus terus semakin meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil konsumen H'yunda Collection dan dapat mengetahui persepsi dan harapan dari pelanggan. *Output* yang akan didapatkan saat setelah melakukan adanya penelitian profil konsumen ini adalah H'yunda Collection dapat menerapkan hal-hal apa saja yang diinginkan dan diharapkan konsumen, agar dapat dijadikan solusi dan pedoman usaha ini kedepannya.

Penelitian ini akan merumuskan profil konsumen dari segmen pelanggan usaha konveksi H'yunda Collection yang berada di wilayah Surakarta dengan menggunakan pendekatan *Value Proposition Design* dari Alexander Osterwalder. Proses analisis dilakukan dengan mengidentifikasi *customer jobs*, *customer pains*, dan *customer gains*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara semi terstruktur, observasi non partisipan, dan dokumentasi.

Hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian yang telah peneliti lakukan adalah hal yang dilakukan oleh konsumen yaitu mencari bahan sendiri, mencari kualitas yang baik. Adapun hal-hal yang dapat mengganggu konsumen antara lain yaitu harga jasa H'yunda yang tidak stabil saat pandemi, lead time yang bermasalah. Lalu, hal yang menjadi keuntungan konsumen antara lain harga yang sesuai dengan kualitas, kualitas yang sangat baik.

Kata Kunci: Profil Konsumen, *Value Proposition Design*, Konveksi