

ABSTRAK

Signature Store merupakan toko *reseller* yang menjual ragam produk sepatu dan pakaian dari beberapa *brand* ternama. Usaha ini berdiri pada bulan November tahun 2019. Saat ini Signature Store memiliki kendala yaitu ketidakmampuan dalam mengenali dan memahami konsumen dan menyelaraskan manfaat yang ditawarkan dengan kebutuhan serta keinginan target konsumen. Akibatnya perencanaan dalam pengoperasian bisnis belum dapat dipetakan dengan maksimal. Tentunya jika manfaat tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen akan membuat konsumen beralih pada bisnis lain. Maka dari itu, sebuah perusahaan perlu mengenali konsumennya agar dapat menciptakan strategi bisnis yang tepat.

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang persona konsumen Signature Store dengan bantuan Empathy Map untuk menggambarkan pemahaman mengenai konsumen dalam hal karakteristik, kebutuhan, dan tujuan sehingga dapat merancang dan mengimplementasikan manfaat yang sesuai. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan strategi etnografi.

Hasil penelitian didapatkan bahwa setiap elemen pada Empathy Map dapat menggambarkan karakteristik, kebutuhan, dan tujuan konsumen yang membantu proses terbentuknya persona. Terdapat dua kategori yang ditemukan yaitu konsumen yang memiliki preferensi fesyen berdasarkan musik dan konsumen yang memiliki preferensi fesyen berdasarkan minimalism. Kedua preferensi tersebut sangat mempengaruhi cara pandang konsumen pada produk fesyen dan gaya berpakaianya. Dari dua kategori tersebut dibentuknya dua persona.

Saran bagi usaha Signature Store yaitu memfokuskan target pasar Signature Store pada satu segmen agar manfaat yang diberikan tepat sasaran. Persona yang telah dirancang dalam penelitian ini dapat ditinjau kembali oleh pihak manajemen Signature Store dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam merancang produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan target konsumen. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk meneliti lebih lanjut yaitu dengan melakukan validasi persona pada *real people* yang menjadi target pasar atau pengguna.

Kata Kunci: Signature Store, Persona, Design Thinking, Empathy Map