

ABSTRAK

Indibiz merupakan suatu layanan digital yang ditujukan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Layanan ini bertujuan untuk memberikan konektivitas internet yang memiliki konsistensi jaringan dan mutu yang baik dalam aspek mendukung berbagai bisnis UMKM di Indonesia. Selain itu, layanan Indibiz dirancang untuk menghadirkan layanan internet dengan biaya yang terjangkau, sehingga biaya operasional dapat diminimalisir dengan baik. Tentunya, hal ini dapat membantu UMKM dalam meningkatkan produktivitas dan optimalisasi potensi bisnis pada era digital seperti ini. Terdapat suatu permasalahan pada target *order* penjualan layanan Indibiz yang belum mencapai target dalam satu tahun terakhir. Adapun akar permasalahan dari belum tercapainya target dalam satu tahun terakhir adalah Indibiz belum memenuhi *customer profile* yang diinginkan. Oleh karena itu, penulis melakukan suatu perancangan *value proposition canvas* untuk mengatasi hal ini. Adapun data-data yang diperlukan adalah data mengenai layanan Indibiz saat ini yang didapatkan dari observasi dan studi literatur, data *customer profile* Indibiz, dan data produk kompetitor Indibiz. Data-data tersebut kemudian akan digunakan dalam perancangan *value proposition* dan *customer segment* dalam *value proposition canvas*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara kepada informan sebanyak 10 UMKM. Lalu, dilakukan perancangan *customer profile* dan *value map* produk Indibiz. Kemudian, dilakukan analisis kanvas strategi dan ERRC untuk merancang *Value Proposition Canvas* usulan layanan Indibiz. Hasil dari perancangan *Value Proposition Canvas* usulan yang dapat dipertimbangkan dan diimplementasi untuk Indibiz, meliputi penambahan paket digitalisasi UMKM berbasis *all-in-one* dan layanan paket *bundling* untuk sistem pemasaran secara digital serta memiliki garansi penjualan terhadap setiap pembelian layanan digitalisasi.

Kata kunci – UMKM, Indibiz, *value map*, *value proposition canvas*, *customer profile*, *value map*